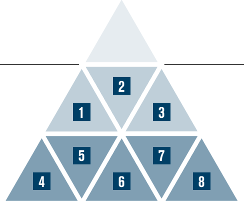
CONTENTS ▶▶

SUSTAINABILITY REPORT 2015
サステナビリティレポート 2015

NISSAN MOTOR CORPORATION

NISSAN DATSUN

目次



NISSAN MOTOR CORPORATION

はじめに 02

CEOメッセージ 03

持続可能なモビリティ社会の実現に向けて 05

ブルーシチズンシップ —日産のCSR— 12

ルノーと日産のアライアンス 19

CSRデータ集 108

第三者保証 136

■ サステナビリティ戦略

1 環境 20

2 安全 47

3 社会貢献 57

4 品質 65

5 バリューチェーン 73

6 従業員 80

7 経済的貢献 95

8 コーポレートガバナンス・内部統制 100

表紙について

掲載車種：「e-NV200」タクシー

使い方

各ページに、ナビゲーションボタンとカテゴリータブを設け、
ページ間を容易に移動できるようにしました。

● カテゴリータブ

目次・使い方 | はじめに | CEOメッセージ | 持続可能なモビリティ社会の実現に向けて

各カテゴリーのトップページへ移動します

● ナビゲーションボタン

- ◀◀ 矢印をクリックすると1ページ戻ります
- ▽ 矢印をクリックすると前の表示に移動します
- ▶▶ 矢印をクリックすると1ページ進みます

● リンクボタン

- 該当ページへ移動します
- 該当するウェブサイトへ移動します
- 該当するデータページへ移動します

● 関連ウェブサイトのご紹介

企業情報	CSRへの取り組み	環境への取り組み	安全への取り組み
社会貢献の取り組み	品質への取り組み	技術開発の取り組み	ゼロ・エミッション
IR情報	企業情報ライブラリー	商品情報(国別)	商品情報(日本)

■ 「サステナビリティレポート2015」編集方針

日産は、私たちが果たすべき社会的責任をステークホルダーの皆さまにご理解いただくため「サステナビリティレポート」を通じ、日産の取り組みを分かりやすくお伝えしていきたいと考えています。「サステナビリティレポート2015」では、「持続可能なモビリティ社会の実現に向けて」および8つのサステナビリティ戦略での取り組みを中心に、2014年度の活動結果および進捗について報告しています。

■ 本レポートの対象範囲

期間：会計年度である2014年度(2014年4月〜2015年3月)を基本とし、該当外のものについては期間を文中に明記しています。

組織：日産自動車株式会社および海外拠点(欧州日産自動車会社、北米日産会社など)を含む日産グループ

■ 参考ガイドライン

GRI「サステナビリティ レポーティング ガイドライン」対照表をウェブサイトで公開

* 8つのサステナビリティ戦略の関連指標およびCSRデータ集については、レポート内にもGRIインデックスを記載しています。 ▶▶ website

■ 前回レポートの発行日

サステナビリティレポート2014：2014年6月23日 発行

■ 本レポートの報告サイクル

2004年より年1回発行

■ 第三者保証について

第三者保証報告書を掲載しています。
詳細はそちらをご覧ください。 ▶▶ page_136

■ 見通しに関する注意事項

このサステナビリティレポートの記載内容には、歴史的事実や、当社の将来にかかわる計画、目標およびそれに基づく事業計画や考え方が含まれています。実際の業績は、さまざまな要因により、これらの見通しとは大きく異なる結果となり得ることをご承知おきください。日産の事業活動やその展開だけでなく、世界経済の動向や自動車産業を取り巻く情勢の変化、地球環境の変化なども、実際の業績に大きな影響を与え得る要因となります。

発行後に誤記などが確認された場合には、その正誤情報を以下のウェブサイト上で、ご案内いたします。

■ 本レポート、またはその内容に関するご質問窓口

〒220-8686　神奈川県横浜市西区高島一丁目1番1号
日産自動車株式会社　CSR部
TEL: 045-523-5523(代)　FAX: 045-523-5771
メールアドレス：NISSAN_SR@mail.nissan.co.jp

■ サステナビリティレポート2015

発行年月日：2015年6月22日

* 環境配慮の観点から冊子版は2006年度版をもって廃止し、ウェブサイト上で電子データ(PDFファイル)をダウンロードする公開方法に変更しています。

はじめに

企業ビジョン

日産：人々の生活を豊かに

企業ミッション

私たち日産は、独自性に溢れ、革新的なクルマやサービスを創造し、その目に見える優れた価値を、すべてのステークホルダーに提供します。それらはルノーとの提携のもとに行っていきます。

「人々の生活を豊かに」という企業ビジョンのもと、日産は製品やサービスの提供を通じた価値の提供はもとより、グローバルなあらゆる事業活動を通じて社会の持続的な発展に貢献することを目指しています。世界をリードする自動車メーカーとして、日産はお客さま、株主、従業員、地域社会などすべてのステークホルダーを大切にしながら、将来にわたって価値ある持続可能なモビリティの提供に努めていきます。走行中に地球環境へ負荷を与えない電気自動車普及への先駆的な取り組み、新興国への手ごろな価格の車両提供、そして交通事故ゼロ社会の実現に貢献する自動運転技術の開発も、この企業ビジョンに基づいた日産の価値創造活動の一例といえます。こうした日産のCSR*の総称が「ブルーシチズンシップ」です。ブルーシチズンシップを通じて社会からの期待にしっかりと応えていく会社を目指します。

日産ではCSRにかかわる考え方や取り組みをより多くの皆さまにご理解いただくため、「サステナビリティレポート」としてまとめ、毎年公表しています。情報を広く社会と共有することで事業活動の透明性を高めると同時に、社外からのフィードバックを通じて改善を図り、今後もさらに持続可能な社会の発展に寄与したいと考えています。

Blue Citizenship

* CSR：Corporate Social Responsibility
企業の社会的責任

CEOメッセージ

**“より安全で持続可能なモビリティの時代が近づいています。
日産は、その新たな時代への道を切り拓いていきます”**

カルロス ゴーン
日産自動車株式会社 社長兼最高経営責任者（CEO）

日産には使命があります。日産は自動車業界で最も社会・環境に対する責任を果たすメーカーになりたいと考えています。世界で最も持続可能な会社の一つになること。それが、日産の使命です。

資源の保護、クルマの安全性・品質・燃費の向上、優れた技術を持つ多様な人財育成、そして社会貢献活動を着実に行っていくことをはじめとする、数々のグローバルな取り組みは、その目標達成のための活動の一環です。持続可能性の視点は、今や日産の企業戦略、事業運営、そして文化の一部であり、効果は如実に現れています。

持続可能性を優先させることで、日産は今まで以上に効率性、回復力、そして競争力をつけた会社になりました。日産は、事業を発展させ、お客さまのニーズにお応えするだけでなく、現代社会が直面する最重要課題であるモビリティ、安全、そして環境上の問題解決にも寄与する最先端の商品開発が可能であることを証明しました。

日産は持続可能性に向けた取り組みを通じて大きな成果を生み出しており、今後はさらに活動を加速していきます。数々の課題解決には、さらなる取り組みが求められます。気候変動、急速に進む都市化、高齢化に対応するモビリティやクルマの安全性など、テーマを問わず、日産は解決策を見出すことをお約束します。

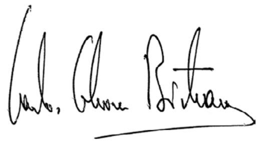
重点領域のひとつは、日産の目指す「ゼロ・エミッション」と「ゼロ・フェイタリティ」*のクルマ社会を実現することです。本活動の先駆けとして、世界初の量販ゼロ・エミッション車「日産リーフ」の発売を2010年に開始しました。「日産リーフ」は今や自動車史上最も売れている電気自動車となり、日産は自動車業界におけるゼロ・エミッション領域のリーダーとしての地位を確立しました。

しかしながら、クルマの使い方とその効果を大きく変える日産の画期的な取り組みは、電気自動車の成功にとどまりません。自動運転技術を市場に投入する計画も、胸躍る活動です。自動運転車は、究極的には死亡事故ゼロを実現する可能性を秘めており、日産は最前線でその開発にあたっています。自動運転車は交通事故を減らすだけでなく、省エネ、交通管理の向上、そしてドライバーのストレス軽減を可能にします。自動運転車の開発を進め、2020年までに日産は自動運転技術を搭載した車両を順次投入し、お客さまにそのメリットを感じていただきます。

* 日産自動車がかかわる交通事故による死亡・重傷者数実質ゼロ

日産は引き続き大胆な発想で、モビリティの価値向上と人々の生活を豊かにすることを目指します。サプライヤー、販売会社をはじめ、さまざまなパートナーと力を合わせて新たな技術の活用方法を模索していきます。

より安全で持続可能なモビリティの時代が近づいています。日産は、その新たな時代への道を切り拓いていきます。



カルロス ゴーン
日産自動車株式会社
社長兼最高経営責任者（CEO）

持続可能なモビリティ社会の実現に向けて

グローバルに経済発展が拡大し、世界が急速に変化していく中、私たちを取り巻く社会は直接的かつ長期的に影響を及ぼすさまざまな課題に直面しています。日産は持続可能なモビリティ社会の実現に向けて、その課題を特定し、解決するために必要となる取り組みを推進しています。

人口構成の変化や、都市化の進行といったメガトレンドは、現代社会に大きな影響を与えています。人口の増加に伴い、世界の自動車台数は2050年までに25億台になると予測されていますが、一方で、自動車の安全性は向上しているものの、交通事故件数は、例えば米国1ヵ国だけを見ても年間600万件に上ります。こうした課題を解決し、安全かつ持続可能なモビリティを誰もが利用できるようにするために日産が目指しているのが、走行中のCO_2の排出をゼロにする「ゼロ・エミッション」と日産車がかかわる交通事故の死亡・重傷者数を実質ゼロにする「ゼロ・フェイタリティ」の実現です。クルマからの排出ガスを削減するために推進しているのが、走行中にCO_2を排出しない電気自動車（EV）の普及、そして日産車がかかわる交通事故の死亡・重傷者を低減するという長期的な目標に向けて推進しているのが、自動運転技術搭載によるドライバーの事故回避支援です。日産はあらゆる人々に安全かつ持続可能なモビリティを提供したいと考えています。

ゼロ・エミッション社会のリーダーを目指して

英国日産の工場内に導入されている風力発電機

100%電気商用車「e-NV200」

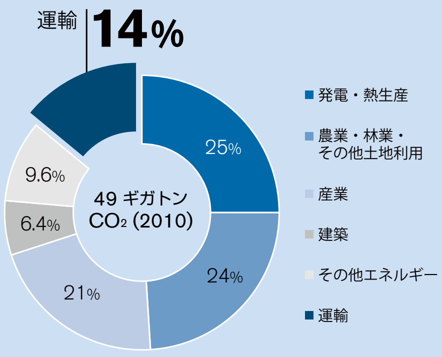
世界の人口が増加し経済発展が続く中、社会は新たな課題に直面しています。急速な都市化や産業活動の進展に伴う地球規模での気温の上昇やCO_2排出量の増加など、21世紀は気候変動や大気汚染といった地球環境問題が深刻化すると予測されています。また、経済の安定性や移動手段を確保するために依存してきた化石燃料や天然資源には限りがあり、電源構成を最適化するうえで再生可能エネルギーの比率を増大させることが求められています。こうしたエネルギーシフトの影響はあらゆる産業に及ぶと考えられています。

現在、世界の温室効果ガス排出量に占める運輸部門の割合はおよそ14%[*]と試算されています。日産は気候システムを安定化させるために新車のCO_2排出量を2050年までに2000年比で90%まで低減する必要があると試算しており、グローバルな自動車メーカーとして、排出量の削減に取り組む責任があると認識しています。その実現に貢献すべく、ゼロ・エミッション車の普及に向けてリーダーとしての役割を担っていきます。EVの草分けである「日産リーフ」「e-NV200」をはじめとする、さまざまな先進技術を通じて環境問題の解決に貢献していきます。

[*] 気候変動に関する政府間パネル(IPCC)の「2014 Summary for Policymakers」(英語のみ)を参照

環境負荷低減に向けた取り組みにおいて日産がリードしているのは、クルマの開発だけではありません。再生可能エネルギー利用の必要性が高まる中、日産はクルマを移動手段としてだけでなく、家庭や企業でもEVに蓄えた電気を利用できるよう、さまざまなステークホルダーと協力しています。「日産リーフ」を利用した電力供給システム"LEAF to Home"などを推進し、世界中の人々に新たなソリューションを提供しているのもその一例です。ゼロ・エミッション社会の実現は容易ではありません。しかし日産はその実現に向けてビジョンと意欲を持ち、ゼロ・エミッションリーダーとして取り組んでいきます。

部門別の温室効果ガス排出量



© IPCC, AR5-WG III

ゼロ・エミッション社会の実現に向けて：日産だからできること

2人乗りEV「日産ニューモビリティコンセプト」

スペイン・バルセロナに導入された「e-NV200」タクシー

日産が欧州で導入した1,000基目の急速充電器

2010年、日産は量産型EV「日産リーフ」を発売しました。「日産リーフ」は高い静粛性と加速性、ハンドリング性能を備えたゼロ・エミッション車です。世界で最も売れているEVで、2015年3月末時点の累計販売台数は17万2,000台に達しました。延べ走行距離は28億7,000万kmを超え、同クラスのガソリン車[1]と比較しCO_2排出量が42万2,000トン削減[2]されたことになります。

[1] 「マイクラ」（日本名：「マーチ」、120g/km）との比較
[2] 推定値。グローバルデータセンターで集計した走行距離の合計をカーウイングス登録車両台数で割り、累計販売台数を掛けて算出

EV市場でトップシェアを誇る「日産リーフ」に続き、「e-NV200」がEVのラインアップに加わりました。「日産リーフ」同様、お客さまに新たなライフスタイルを提供する「e-NV200」は、2014年、環境負荷の少ない乗り物としてスペイン・バルセロナのタクシー車両に採用されました。

超小型で小回りが利く2人乗りEV「日産ニューモビリティコンセプト」も画期的なゼロ・エミッション車です。運転する楽しさを提供するだけでなく、高齢者や単身者の短距離移動のニーズに応えていこうという日産の思いを形にしました。

また日産は、EVの利便性や運転効率を向上させ、外部環境との連携を高めるために、最先端の情報通信技術（ICT）システムを導入しています。ICTシステムを通じて集められた走行履歴や充電履歴、バッテリー状態といった記録は、エネルギー効率の良い社会の設計・開発に役立てられます。日産はさまざまなステークホルダーと共同プロジェクトを実施して、その可能性を探っています。

ゼロ・エミッション車の利点を最大限に生かすためには、インフラの充実も欠かせません。日産は急速充電器を設置するなど、CHAdeMO方式による充電ネットワークの整備をパートナーと協力して推進しています。EVの普及台数は2020年までに600万台に達するとみられていますが、世界全体の急速充電器設置台数も20万基以上まで増える見込みです。[3]

[3] CHAdeMO協議会ウェブサイトより

さらに日産は"LEAF to Home"や"Vehicle to Building"といった給電システムの開発も行っています。EVを専用のパワーステーションに接続することで、電力料金の安い時間帯に充電し、必要なときに家庭や施設に電力を供給するシステムで、効率的なエネルギー使用が可能になります。また、停電時などの非常時には、バッテリーに充電した電力を家庭用・非常用電源のバックアップとしても使用できます。

ゼロ・エミッション車は未来に新しい価値を提供し、持続可能な社会を築く基盤になります。

安全なモビリティ社会の構築を目指して

日産の自動運転車両

衝突回避の技術開発を目的としたロボットカー「EPORO（エポロ）」

高齢化が進行し、新興国で人口増加や都市化が加速する中、移動手段の重要性はさらに高まり、クルマへの期待やニーズも高まると考えられます。一方で、クルマの増加がもたらすさまざまな問題も解決していかなくてはなりません。例えば交通事故による死亡者の数は年間およそ124万人にも上ります。日産は、交通事故および交通渋滞による世界の経済的損失は104兆円に上ると試算しています。

世界保健機関（WHO）の「Global Status Report on Road Safety 2013」（英語のみ）を参照

都市化が進むにつれ車両の数が増加し、渋滞や事故が発生する可能性はさらに高まります。日産は日産車がかかわる交通事故の死亡・重傷者数実質ゼロを目指していますが、その実現には事故原因の9割以上といわれる人為的ミスをクルマがカバーする自動運転技術が不可欠であると考え、総力をあげて自動運転技術の開発を進めています。

例えば高速道路では、道路の車線、周辺交通、道路標識をクルマが認知・判断し、安全な走行ルートを見つけ出すなど、自動での走行が可能になります。一方、事故の発生件数が多い都市部では交差点や停止線、交差交通や対向車両、さらに駐車車両など、さまざまな道路環境と交通の組み合わせが存在します。日産は自動運転技術だけではなく、車両と車両、さらに車両とインフラといった外部環境がコミュニケーションをとりながら安全を確保する技術も開発しており、現在、日本と米国で自動運転の実証実験を行っています。

自動運転技術を搭載することで、さらに安心・安全な運転が可能になり、幅広い世代が不安なく運転を楽しめるようになります。

世界の交通事故死亡者数（2010年）

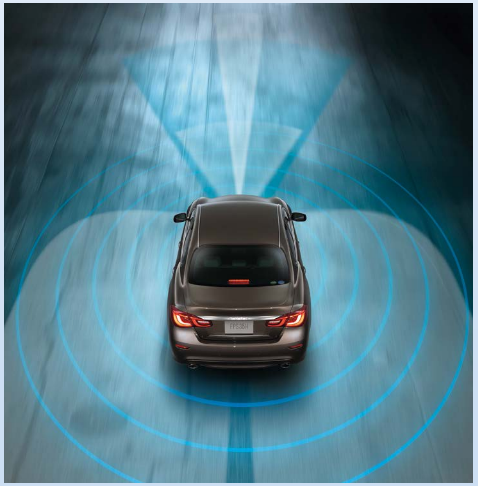
124万人

総数は増えてはいないものの依然として高いままである

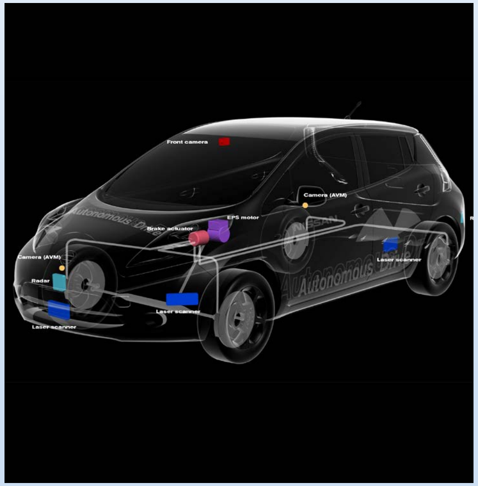
出典：WHO「Global Status Report on Road Safety 2013」

安全なモビリティ社会の構築に向けて：日産だからできること

日産総合研究所シリコンバレーオフィスでのワークショップ



「セーフティ・シールド」技術のイメージ



自動運転技術搭載車両のシステム図

日産の自動運転技術の一部はすでに実用化されています。初期に開発された基礎技術である車間自動制御システムは1990年代後半から市販車に搭載され、ドライバーが先行車両との車間距離を一定に保てるようにアシストしています。自動運転に関する研究は継続して行っており、2013年には自動車メーカーとして日本で初めて公道実証実験のためのナンバープレートを取得。貴重な実環境データを収集しています。

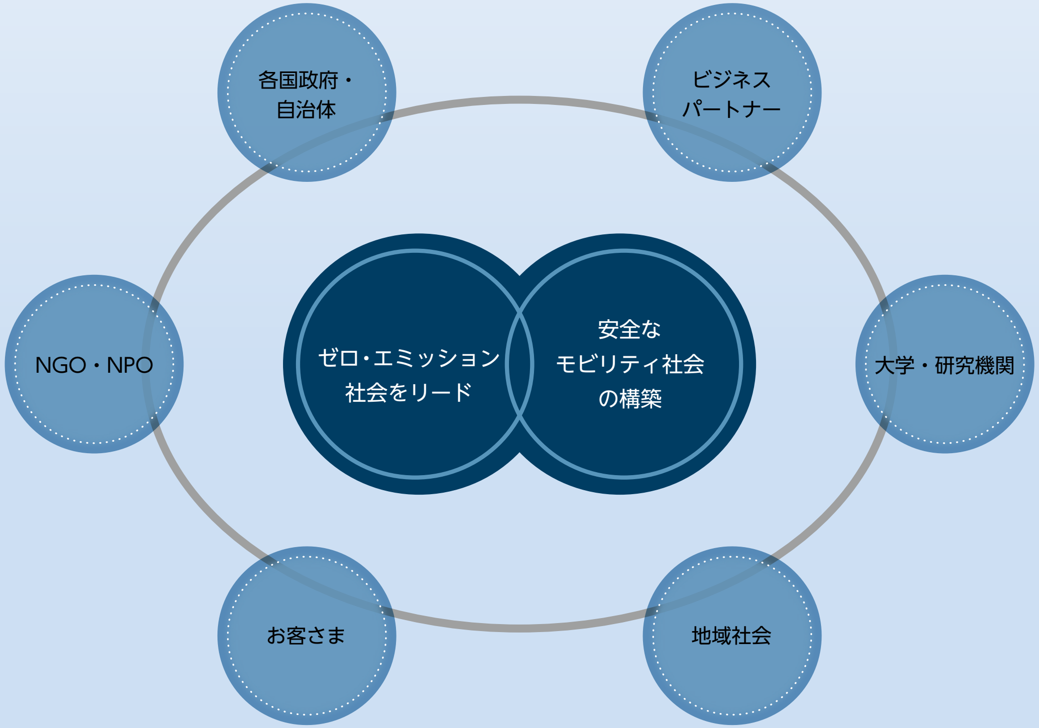
今後日産は、ルノーとのアライアンスを生かし、2016年には混雑した高速道路上での自動運転技術（トラフィック・ジャム・パイロット）を、続く2018年には危険回避や車線変更を自動的に行う複数レーンでの自動運転技術を、そして2020年までにはドライバーの操作介入なしに、十字路や交差点を自動的に横断できる自動運転技術を導入する予定です。

最先端の安全技術を一人でも多くのお客さまに提供したいとの考えから、搭載車種を全カテゴリーに拡大し、クルマにさらなる可能性を期待するお客さまの要望に応えていきます。

自動運転の研究を加速させるため、研究拠点は日本、ロシア、インド、米国の4ヵ国に設置しています。2013年には、企業や研究機関と連携することで高度な研究を行うオープンイノベーション拠点として、日産総合研究所シリコンバレーオフィスを開設しました。また、未来のモビリティには自動運転のほかバッテリーといった中核的な要素が欠かせませんが、日産ではこうした先端技術における基礎研究を推進する「シニア・イノベーション・リサーチャー」制度を導入し、社内外の研究者の意欲向上を図っているほか、スタンフォード大学、マサチューセッツ工科大学、オックスフォード大学、東京大学などとの共同研究も行っています。

こうしたグローバルな研究ネットワークを構築することで、先進的な発想を効果的に引き出し、未来のモビリティ創造に生かしていきます。

ステークホルダーとの協働で広がる可能性



日産は「ゼロ・エミッション」と「ゼロ・フェイタリティ」という2つの目標を達成するため、国や地方自治体、電力会社、企業など幅広いステークホルダーとの協力関係を強化し、自動車産業をリードしています。成果が期待できる施策を継続的に支援するとともに、培ってきた知見を投入して、より安全で、地球環境に負荷を与えないモビリティを提供していきます。

情報技術の進歩とインターネットの普及に伴い世界中がつながるようになった現代社会では、「つながりやすさ（コネクティビティ）」があらゆる分野で求められています。日産はネットワーク社会に対応できる車両を提供するとともに、「人」「クルマ」「社会」のつながりを深めるため、幅広いパートナーと協力しています。

EV走行に使われる再生可能エネルギーや、EVに搭載されているバッテリーの技術は、社会でさらなる活用が期待されています。日産は再生可能エネルギーの利用やリチウムイオン電池の再利用に取り組み、電力供給の持続性・安定性の強化を推進しています。

ゼロ・エミッション社会を築くには、充電インフラを世界中で整備することも必要です。日産は環境負荷の低減に取り組むとともに、EVの利便性向上の観点から、政府機関や民間のステークホルダーと協力し、充電設備の拡充を推進しています。

一方、「ゼロ・フェイタリティ」のモビリティ社会を実現するには、車両と外部環境をつなぐ高度道路交通システム（ITS）をはじめとする新たなインフラが必要になります。日産は地方自治体や企業と連携して走行中の車両と通信できるシステムを構築し、安全や渋滞に関する情報をリアルタイムで共有できるようにしています。

日産は、すべての力を結集し、持続的で豊かなモビリティ社会の実現に貢献していきます

さまざまなステークホルダーと協働しながら推進する新たなモビリティ社会

「日産リーフ」、ハワイ・マウイ島のEVを活用したスマートグリッド実証事業で活躍

「日産リーフ」は2011年に米国ハワイ州マウイ島で始まったスマートグリッド実証事業で活躍しています。このプロジェクトでは、再生可能エネルギー、スマートグリッド、EVに関連する技術を利用して、よりクリーンで効率的な電力システムの構築を目指しています。国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）の支援を受けて、株式会社日立製作所など日系企業がリードするプロジェクトの中で、「日産リーフ」が蓄電システムの一部として採用されています。

第1フェーズでは、「日産リーフ」を太陽光や風力発電などの余剰電力を蓄える蓄電池として利用し、再生可能エネルギーの有効活用に貢献しました。また、2015年3月に始まった第2フェーズでは、"LEAF to Home"システムを用い、より積極的に系統電力の安定化に貢献しています。

このプロジェクトにより、マウイ島で「日産リーフ」の利用者は大幅に増加しています。現在、マウイ郡の職員や民間のビジネスリーダー、市民など250人以上が「日産リーフ」を利用しており、第2フェーズ終了までに500人程度まで増える見込みです。

「日産リーフ」はプロジェクトの成功のみならず、ボランティアで参加したドライバーのCO_2排出量削減にも貢献しました。また「日産リーフ」を所有したことで、ガソリン車の利用時と比べて燃料代を大幅に節約することができました。さらに「日産リーフ」が"走る蓄電池"として余剰電力の吸収や系統電力の安定化に貢献できることも証明されました。

「日産リーフ」が単なる移動手段としてだけでなく、持続可能な社会を実現するうえでの、重要な要素のひとつになりえると、日産は確信しています。

自動運転技術の開発に向けNASAと共同研究

米国の日産総研シリコンバレーオフィスは、アメリカ航空宇宙局（NASA）エイムズ研究センターと共同で自動運転技術の研究を行っています。日産が要素技術を、NASAが惑星探査の経験で得た知見を提供することによって、自動運転技術の開発を加速させ、2020年までに順次車両に搭載していく計画です。

世界最大規模のカーシェアリングを欧州で実施

2014年10月、オランダ・西フリースラント諸島のテルスヘリング島で、世界最大規模のカーシェアリングが始まりました。現在65台の「日産リーフ」が導入されており、今後は100台まで増加します。走行中にCO_2を排出しない「日産リーフ」を利用したカーシェアリングは、島民の車両による移動の10%以上を担う予定です。

米国ロサンゼルス空軍基地における"vehicle-to-grid"プロジェクト

website

詳細はウェブサイト（英語のみ）をご覧ください

「日産ゼロ・エミッションファンド」を設立し、急速充電器設置および森林保全活動に活用

website

詳細はウェブサイトをご覧ください

高速道路など公道を活用した自動運転技術の実証実験を日本と米国で実施

website

詳細はウェブサイトをご覧ください

日産のCSR戦略・マネジメント

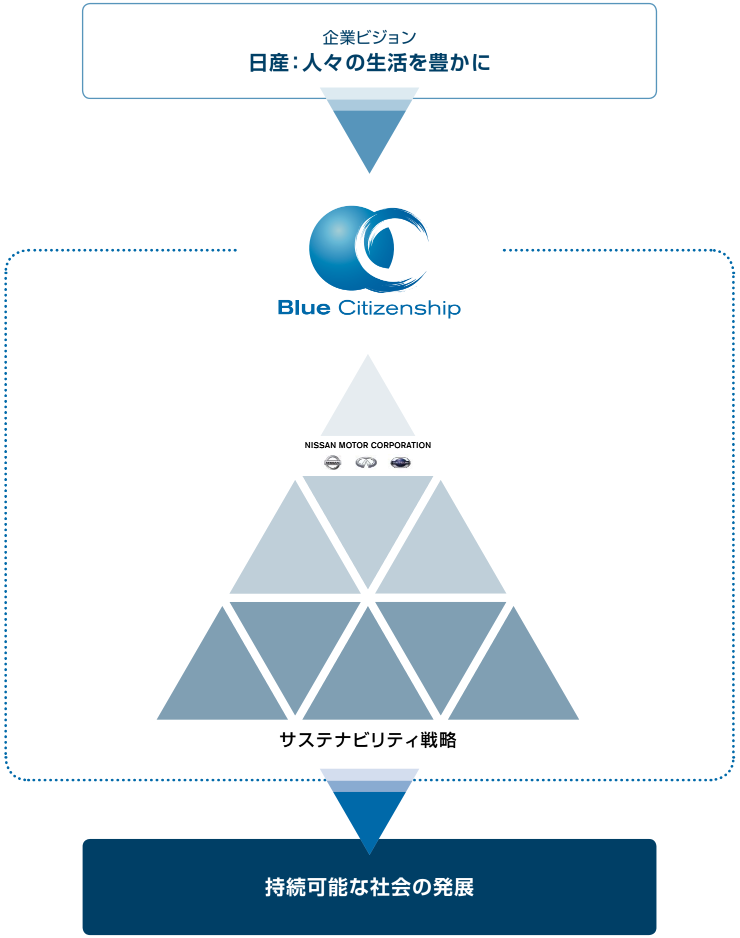
日産は自らの持続的な利益ある成長はもとより、社会全体の持続的発展に貢献したいと考えています。そのために、幅広いステークホルダーの声に耳を傾け、協力し合いながら、社会からの要請を企業活動に取り込む努力を続けています。

日産のCSRビジョン

日産は「人々の生活を豊かに」という企業ビジョンを掲げ、グローバルなあらゆる事業活動を通じて社会の持続的な発展に貢献していくことを目指しています。そして、独自性に溢れ、革新的なクルマやサービスを創造し、その目に見える優れた価値を、ルノーとの提携のもとにすべてのステークホルダーに提供することが日産のミッションです。

同時に、世界をリードする自動車メーカーとして、人々が直面する課題の解決に貢献することも私たちの使命です。日産はお客さま、株主、従業員、地域社会などすべてのステークホルダーを大切に思い、将来にわたって価値ある持続可能なモビリティの提供に努めます。事業を通じて経済貢献すると同時に、社会の一員として、持続可能な社会の発展を目指します。

私たちの企業ビジョン	日産:人々の生活を豊かに
私たちの企業ミッション	私たち日産は、独自性に溢れ、革新的なクルマやサービスを創造し、その目に見える優れた価値を、すべてのステークホルダーに提供します。それらはルノーとの提携のもとに行っていきます。
私たちのCSRビジョン	日産は業界をリードする持続可能な企業の一つになることを目指します。



page_14
サステナビリティ戦略の詳細を掲載しています

マテリアリティ評価に基づき社会の重要課題を分析

日産のCSRビジョンを達成するために、社会の重要課題を経営会議体で論議し、日産が自動車メーカーとしてグループ会社全体で取り組むべき優先課題を特定してCSR戦略に反映しています。マテリアリティ（経営に重要な影響を与える要因）評価の考えに基づき、自社の潜在的な好機と課題を論議・分析した結果を「マテリアリティマトリックス」として表現しています。

2014年度は主に2013年度に作成したマテリアリティマトリックスの検証を行いました。また、日産にとっても重要項目であり、ステークホルダーの関心も高い「持続可能なモビリティ社会の実現」についての日産の取り組みを説明すべく、本レポートでは「持続可能なモビリティ社会の実現に向けて」という特集記事を掲載しています。

「持続可能なモビリティ社会の実現に向けて」の詳細を掲載しています
page_05

また、今後の経営戦略をマテリアリティ分析に基づいて策定すべく、2014年度に論議を開始しました。

今後、論議のプロセスをさらに強化し、社会の持続的な発展と自社の利益ある成長のバランスを追求していきます。

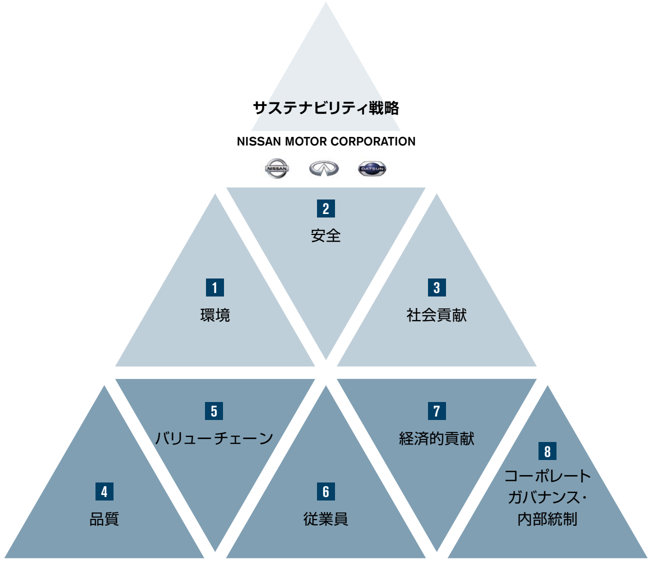
マテリアリティマトリックス2015

ステークホルダーの関心度 ＼ 自社への潜在的な影響度（自社への重要度）	高い	とても高い	極めて高い
極めて高い		・水資源の枯渇 ・事業活動からのCO_2排出 ・バリューチェーンにおけるサステナビリティマネジメント ・資源の利用効率 ・コーポレートガバナンス	・燃料消費・製品からのCO_2排出 ・持続可能なモビリティ社会の実現（ゼロ・エミッション、安全を含む） ・製品品質、セールス・サービス品質 ・持続的な利益ある成長 ・再生可能エネルギー ・大気の質
とても高い		・生物多様性と生態系システム ・安全な職場の構築 ・廃棄物の最終処分量 ・化学物質の使用 ・社会貢献活動	・ダイバーシティ ・ブランド ・従業員の育成 ・リスクマネジメント ・ルノーと日産のアライアンス
高い			

サステナビリティ戦略

日産は、CSRの取り組みとして8つの「サステナビリティ戦略」を定めています。「環境」「安全」「社会貢献」の3つは、世界をリードする自動車メーカーならではの活動を推進する領域です。クルマというモビリティが潜在的に抱えている課題を解決し、持続可能なモビリティ社会の実現に貢献するとともに、企業のCSR活動全体を牽引していきたいと考えています。「品質」「バリューチェーン」「従業員」「経済的貢献」「コーポレートガバナンス・内部統制」という5つの領域も、私たちが社会から信頼され、必要とされる企業であり続けるために欠かせません。日産は8つのサステナビリティ戦略を誠実に推進することで企業としての社会的責任をしっかりと果たし、信頼を高めていきます。

8つの「サステナビリティ戦略」



1 環境
持続可能なモビリティ社会の実現に向けて、クルマのライフサイクルにおける環境依存・負荷を低減し、実効性のある商品・技術を拡大することで、社会の変革をリードしていきます。

2 安全
技術の革新に加え、安全推進活動に積極的に取り組み、クルマ社会をより安全なものにしていきます。

3 社会貢献
「環境への配慮」「教育」「人道支援」の3つの重点分野を中心に、企業市民として果たすべき社会貢献活動に取り組みます。

4 品質
世界中でトップレベルの製品やサービスをお客さまにお届けします。

5 バリューチェーン
サプライチェーンのあらゆる段階において、倫理的で環境に配慮した行動がなされるよう促進していきます。

6 従業員
多様な人財がグローバルビジネスを通して自らの成長を実感できる、魅力的な組織づくりを目指します。

7 経済的貢献
持続的な利益ある成長を目指します。そして社会全体の経済的発展にも貢献します。

8 コーポレートガバナンス・内部統制
法令と会社のルールを順守し、公平・公正で高い透明性を持った効率的な事業活動を目指します。

CSRマネジメント

推進体制

2011年度から、CSR部は最高経営責任者（CEO）の直轄組織となり、組織上もCSRを経営の中心に位置づけることになりました。

8つの戦略の目標設定や進捗確認など社内横断的な管理については、日産の最高経営意思決定機関である「エグゼクティブ・コミッティ」が方針や今後の取り組みを決定しています。エグゼクティブ・コミッティには経営に直接携わる副社長以上のメンバー10名が参加。月に1回開催されるため、より迅速で的確な意思決定が可能となっています。2014年度は、7月に開催された経営会議体にて自社のサステナビリティに関する課題を提起し、今後の活動計画を確認しました。

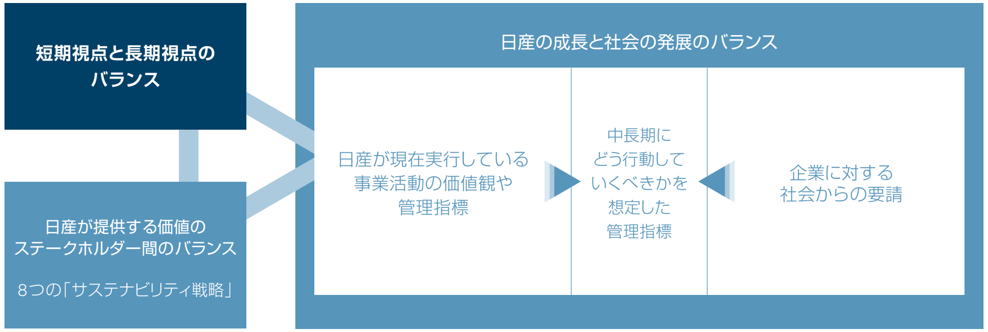
今後も、CSR活動と事業活動を密接に関連させることで、日産の持続的な利益ある発展と社会の持続的な発展という2つの方向性を常に一致させた経営を目指していきます。

CSRに関する意思決定プロセス

CSRスコアカード

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして、「CSRスコアカード」を作成しています。スコアカードでは、縦軸を8つのサステナビリティ戦略とし、日産が提供している価値のステークホルダー間のバランスをチェックします。横軸では、日産の成長と社会の発展のバランスを追求するために、「企業に対する社会からの要請」を考慮しながら決定した「日産が現在実行している事業活動の価値観や管理指標」と「中長期にどう行動していくべきかを想定した管理指標」「今後の課題」を記載しています。横軸と縦軸の両軸を踏まえ、全体として短期視点と長期視点のバランスを追求していきます。CSRスコアカードはサステナビリティレポートで、毎年公表しています。2014年度にはスコアカードの項目を見直しました。その内容を本レポートに掲載しています。

管理ツール「CSRスコアカード」

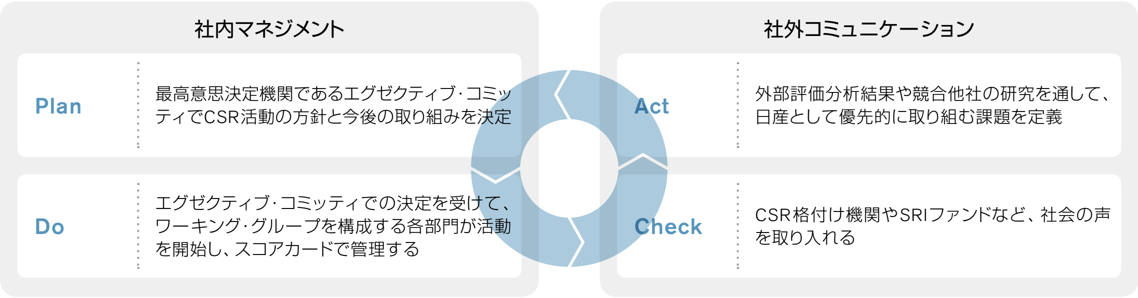


8分野の最新スコアカードを掲載しています
環境 ▶▶ page_21
安全 ▶▶ page_48
社会貢献 ▶▶ page_58
品質 ▶▶ page_66
バリューチェーン ▶▶ page_74
従業員 ▶▶ page_81
経済的貢献 ▶▶ page_96
コーポレートガバナンス・内部統制 ▶▶ page_101

日産のCSRを推進するPDCAサイクル

日産では、エグゼクティブ・コミッティでCSRの方針を決定したうえで、スコアカードによる進捗管理、社会の声の企業活動への取り込み、外部評価の分析に取り組むなどPDCA（Plan-Do-Check-Act：計画、実施、評価、改善）サイクルを通してCSR活動を推進しています。2014年度は社会の声、社外の動向を取り入れるとともに、日産のマテリアリティ評価を検証し、経営戦略への取り込みを開始しました。

PDCAサイクル



CSRの社内コミュニケーション

日産では従来、本レポートやウェブサイトを主な媒体として、社外はもとより社内のコミュニケーションにも力を入れてきました。従業員一人ひとりに自分とCSRとの接点が何であるかを考えてもらい、具体的な行動につなげてもらえるようCSRの情報発信を強化しています。

新人研修および新任課長研修においてもCSRに関するセッションを実施しています。従業員向けポータルサイト(イントラネット)である「WIN」の中の「ブルーシチズンシップ－日産のCSR－」というサイトでは、自社の活動のほか、CSR全般に関するさまざまな情報を掲載しています。

WIN: Work force Integration @ Nissan

ステークホルダーとの対話

日産では、日産の事業が存続するうえでかかわりのある個人または団体をステークホルダーと位置づけています。

日産は、企業活動と社会的要請のベクトルを一致させた経営を目指しており、そのためにステークホルダーの声に耳を傾け、信頼関係を構築しながら、社会の声を企業活動に反映させることが重要だと考えています。より多くの声を取り入れるために、社会の声に耳を傾け、オポチュニティとリスクの芽を見いだす活動を行っており、ステークホルダーとの対話を図る多様な機会を設けています。こうした対話を本社はもちろん、事業所や海外拠点においても実施し、確実に社内にフィードバックする体制を構築しています。

ステークホルダーとの対話における具体的な事例は本レポート内で紹介しています。

日産を取り巻くステークホルダーとの対話の機会

ステークホルダー	ステークホルダーとの対話の機会
お客さま	問い合わせ窓口、ディーラー窓口、ウェブサイト、ショールーム、イベント、お客さまアンケート、TV・雑誌・SNSなどのメディア、オーナーズミーティング、アフターサービス、メール配信サービス
従業員	問い合わせ窓口(社内通報制度)、イントラネット、社内イベント、面談、各種アンケート(調査)
サプライヤー・ディーラー	定期的な会議、問い合わせ窓口、説明会、イベント、各種ガイドライン、ウェブサイト
株主・投資家	IR問い合わせ窓口、株主総会、決算説明会、IRイベント、取材対応、ウェブサイト、アニュアルレポート、株主通信、メール配信サービス
政府・自治体・ビジネスパートナー	問い合わせ窓口、共同研究、業界団体の取り組み、各種協議会、イベント
NGO・NPO	問い合わせ窓口、社会貢献プログラムの運営、寄付、災害被災地支援、イベント、財団を通じた助成
地域社会	各事業所問い合わせ窓口、地域でのイベント、工場見学、社会貢献活動、協議会、交通安全啓蒙活動、財団を通じた助成
将来世代	問い合わせ窓口、社会貢献プログラム、工場見学、寄付講座、イベント、財団を通じた助成、ウェブサイト
メディア	広報問い合わせ窓口、記者会見、広報イベント、プレスリリース、取材対応、メール配信サービス、ウェブサイト

ステークホルダーエンゲージメントを掲載しています
お客さま ▶▶ page_67
従業員 ▶▶ page_80
サプライヤー・ディーラー ▶▶ page_73
株主・投資家 ▶▶ page_99
政府・自治体・ビジネスパートナー ▶▶ page_05
NGO・NPO ▶▶ page_57
地域社会 ▶▶ page_63
将来世代 ▶▶ page_60

人権の尊重への取り組み

日産はステークホルダーの人権を尊重しながら事業活動を行っています。「国連グローバル・コンパクト」や各国の法律を指針となる原則とし、各種ガイドライン等を整備しています。また、お客さま、従業員、ビジネスパートナー、地域の住民の方々を含めたステークホルダーとの対話を続けながら、さらに取り組みを強化していきます。

関連ガイドラインをウェブサイトに掲載しています

日産グローバル行動規範 ▶▶ website
ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン ▶▶ website
コンフリクト・ミネラル(紛争鉱物)への取り組み ▶▶ website

人権に関する主な取り組み事例を掲載しています

ダイバーシティ ▶▶ page_ 83
内部通報制度 ▶▶ page_ 106
販売会社での取り組み ▶▶ page_ 79

外部イニシアチブへの参画

日産は国際的なガイドラインや協定に積極的に参画しており、国際的なポリシーや基準を尊重して事業活動を行っています。

「国連グローバル・コンパクト」へ参加

日産は、国連が提唱する「人権・労働・環境・腐敗防止」についての普遍的原則である「国連グローバル・コンパクト」に、2004年から参加しています。国連グローバル・コンパクトは、国連のコフィー・アナン事務総長(当時)が1999年に世界経済フォーラム(ダボス会議)で提唱した、企業による自主行動原則です。

日産では、10原則に基づくさまざまな活動を一層強化するために、CSRマネジメントを進めています。

▶▶ website
国連グローバル・コンパクトに関する詳細はウェブサイト(英語のみ)をご覧ください

「持続可能な開発のための世界経済人会議(WBCSD)」への参画

日産は「持続可能な開発のための世界経済人会議(WBCSD)」に加盟しています。WBCSDはビジネス、社会、環境が持続可能となるようグローバルな産業界を導くことを目指した、先進的な企業の連合体です。WBCSDには、あらゆる産業界と大陸を代表する約200の企業が参加しており、その収益総額は7兆ドル以上に上ります。持続可能な発展におけるベストプラクティスの共有や、現状を変革させる革新的なツールの開発を行っています。

また、WBCSD活動の一環として、日産は2013年より開始した「持続可能なモビリティ・プロジェクト2.0」に参加しています。モビリティに関連する企業14社とともに、世界6ヵ所のモデル都市で自治体と論議をしながら、モビリティを持続可能にするための課題の明確化やロードマップづくりに取り組んでいます。

▶▶ website
持続可能な開発のための世界経済人会議(WBCSD)に関する詳細はウェブサイト(英語のみ)をご覧ください

社外からの評価

財務面だけでなく、環境や社会性の観点から企業を評価し、投資対象を選ぶ社会的責任投資(SRI: Socially Responsible Investment)が注目される中、日産はCSR経営を推進し、積極的な情報公開に取り組んでいます。日産のCSRへの取り組みは社外からも高い評価を得ています。

MEMBER OF Dow Jones Sustainability Indices In Collaboration with RobecoSAM

ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・アジアパシフィック・インデックス(DJSI Asia Pacific)

「DJSI」は、米国のダウ・ジョーンズ社とスイスのRobecoSAM社による社会的責任投資株価指標。2014年も引き続きDJSI Asia Pacificの構成銘柄に選定されました。

ROBECOSAM Sustainability Award Silver Class 2015

ロベコ・サム・サステナビリティ・イヤーブック 2015

スイスのRobecoSAM社が毎年1月に発表する「サステナビリティ・イヤーブック」において、2015年に、自動車業界部門で「シルバークラス(銀賞)」を受賞しました。

ロベコ・サム・サステナビリティ・イヤーブック 2015に関する詳細はウェブサイト(英語のみ)をご覧ください
website

FTSE4Good

FTSE4Goodインデックスシリーズ

英国のフィナンシャル・タイムズとロンドン証券取引所が共同出資する独立企業のFTSE社が開発。2014年に行われた評価でも引き続き選定されています。

FTSE4Goodインデックスシリーズに関する詳細はウェブサイト(英語のみ)をご覧ください
website

CDP CLIMATE PERFORMANCE LEADER 2014

CDP CLIMATE DISCLOSURE LEADER 2014

CDPクライメート・チェンジ・プログラム

CDPが実施した、気候変動への取り組みに関する調査「CDPクライメート・チェンジ・プログラム」(2014年10月公表)において、満点にあたる「100A」の評価を獲得しました。パフォーマンス評価では、高い温室効果ガス排出削減の実績を挙げたことを示すA評価を得て、2年連続で「気候変動パフォーマンス先進企業(CPLI:Climate Performance Leadership Index)」に選定されました。ディスクロージャー評価においても、透明性の高い情報開示と、2050年の温室効果ガス総量排出削減目標を掲げていることが評価されました。

MS-SRI モーニングスター社会的責任投資株価指数 Morningstar Socially Responsible Investment Index

モーニングスター社会的責任投資株価指数(MS-SRI)

日本のSRI指標である、モーニングスター社会的責任投資株価指数(MS-SRI)の2015年構成銘柄に選定されています。

NADESHIKO BRAND 2015

東京証券取引所「なでしこ銘柄」

経済産業省と東京証券取引所が共同で選定している「なでしこ銘柄」(女性活躍推進に優れた上場企業)に3年連続で選定されました。

ダイバーシティに関する受賞情報を掲載しています
page_89

インターブランド社「ベスト・グローバル・グリーンブランド2014」

世界的なブランドコンサルティング会社であるインターブランド社が2014年6月に発表した「ベスト・グローバル・グリーンブランド2014」において、ニッサン・ブランドが2013年の5位から順位を上げ4位にランキングされました。

日本経済新聞社「企業の環境経営度調査」

日本経済新聞社が実施した第18回「企業の環境経営度調査」の企業ランキング(2015年1月発表)において、製造業で5位、自動車メーカーでは2位にランキング。環境対応車の取り組みと環境推進体制については自動車メーカートップレベルの評価を受けました。

東洋経済新報社「CSR企業ランキング」

東洋経済新報社が2015年3月に発表した第9回「CSR企業ランキング」で、5位にランキングされました。

ルノーと日産のアライアンス

ルノーと日産のアライアンス(提携)は、幅広い分野で戦略的に協力する独自のパートナーシップです。1999年の締結以来、日産はアライアンスを通じて展開地域をグローバルに広げ、経済規模においても大きく飛躍してきました。

2014年のルノー・日産アライアンスのグローバル販売台数は過去最高の850万台*に達し、世界で販売された新車10台のうち1台がルノー・日産アライアンスのクルマとなっています。現在、ニッサン、インフィニティ、ダットサン、ヴェヌーシア、ルノー、ルノー・サムスン、ダチア、ラーダ(アフトワズ社)というブランドを展開しています。

* 露アフトワズ社の販売台数を含む

RENAULT NISSAN

アライアンスのビジョン

締結当初は珍しい試みと思われたアライアンスですが、すぐに自動車業界における企業提携のモデルとなりました。その後、ドイツのダイムラーや中国の東風汽車公司、インドのアショック・レイランドなどとも幅広い協力関係を実現しています。そして現在、業界で最も持続的な効果を発揮しています。また、ロシア国営企業ロステック社(前ロシアン・テクノロジー社)との合弁会社を通じて、ロシア最大の自動車メーカーであるアフトワズ社の株式の過半数を保有しています。

アライアンスの基本的な考え方は、それぞれのブランド・アイデンティティや企業文化を尊重しつつ、株式の相互保有を通して互いの収益向上に積極的に貢献するというものです。現在ルノーは日産株の43.4%、日産はルノー株の15%を保有しています。相互に株式を保有することで互いを信頼・尊重し合い、透明性の高い組織のもとで迅速な実行、明確なアカウンタビリティ、意欲的な水準の業績を目指していきます。

2014年4月1日、ルノー・日産アライアンスは、業績を向上させ、シナジーを加速させるために、研究・開発、生産技術・物流、購買、人事の主要4機能を統合する計画を発表しました。各機能はそれぞれのアライアンス副社長が統括します。これらの機能の統合により、アライアンスは、2014年には38億ユーロであったシナジー効果を、2016年には43億ユーロにまで増加させることを見込んでいます。

website
ルノー・日産アライアンスに関する詳細はウェブサイトをご覧ください

アライアンスの3つの目標

アライアンスは、利益ある成長戦略を策定・実行し、以下3つの項目において、世界の自動車メーカーの中でトップ3に入ることを目指しています。

1 技術革新
2 収益および営業利益
3 製品品質および顧客満足度

革新的技術のリーダーに

アライアンスは、「ゼロ・エミッション車」、「コネクティッド・カー」、「自動運転システム」の3つの重要な戦略的目標のもと、技術リーダーとしての地位を確立しています。

現在アライアンスは、ゼロ・エミッションモビリティのグローバルリーダーとして、世界で最も販売されている電気自動車(EV)である「日産リーフ」を中心に、世界で累計23万8,000台以上のEVを販売しています(2015年3月末時点)。これはアライアンス以外のすべての自動車メーカーのEV販売台数の合計を上回る台数です。

環境

世界の人口増加と急激な経済発展は、複雑かつ多岐にわたり地球環境に依存しているとともに、地球環境そのものに多くの影響を与えています。私たちは生物多様性とそれを育む大気・水・土壌といった地球のかけがえのない自然資本を守り、健全な状態で次の世代へ引き継がなければなりません。経済成長と地球環境保全を両立していくために、自動車業界は気候変動やエネルギー問題への対応、大気の質をはじめとする自然資本の保全、鉱物資源の効率的な活用、化学物質管理、廃棄物削減、リサイクル対応、健康影響への対応といった持続可能性に関するさまざまな課題に取り組むとともに、化石燃料依存からの脱却に向けたビジネス構造の変革を推進しています。

日産はグローバルな自動車メーカーとして、自らの企業活動だけではなく、ビジネスパートナーと連携したバリューチェーン全体で直接・間接的に環境に及ぼす影響を把握し、求められる技術やプロセス、社会とのコミュニケーションを通じて、製品がライフサイクルで人と社会に与える影響を最小化していくことに取り組んでいます。エネルギーや資源の使用効率を高め多様性や循環を促進しながら、お客さまに革新的な商品を提供し、日産の環境理念である「人とクルマと自然の共生」を目指していきます。

企業平均燃費の2016年度改善目標
〈2005年度比／日本、米国、欧州、中国の4市場での平均〉

35%

環境

CSRスコアカード

2014年度目標に対する達成度　✓✓：達成　✓：ほぼ達成　×：未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」ごとの活動の進捗状況を確認し、レビューを行っています。ここでは「CSRスコアカード」のうち、日産が現在実行している事業活動の価値観や管理指標についてご紹介します。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2013年度実績	2014年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
ゼロ・エミッション車の普及	「日産リーフ」を含む電気自動車（EV）4車種を発売	投入モデル数	100%電気商用車「e-NV200」の欧州市場向け正規生産車両を公開	100%電気商用車「e-NV200」を発売。中国市場向けにヴェヌーシア「e30」を発売	✓✓	開発を推進する	新車からの排出されるCO_2排出量を2050年までに90%削減する（2000年比）
	量産型燃料電池車（FCEV）の投入を準備	取り組み実績	開発を推進	開発を推進	✓✓	開発を推進する	
	EV駆動用バッテリーの市場投入でグローバルリーダーとなる	取り組み実績	生産を継続	日産モトール・イベリカ会社(スペイン)および東風汽車有限公司（中国）でバッテリー生産の一部工程を開始	✓✓	EV販売台数に応じた継続的なバッテリー生産を行う	
	EVとその派生技術を活用し、パートナーとともにゼロ・エミッション社会を具現化	取り組み実績	“LEAF to Home”を応用し、複数の「日産リーフ」を同時接続できる“Vehicle to Building”の実証実験を開始	横浜スマートシティプロジェクトが完了。太陽光発電、“Vehicle to Home”、EVで25%のCO_2削減を確認	✓✓	“Vehicle to Home”、EVを活用したビジネスの商業化をパートナーと推進する	
	EVの使用済みバッテリーを活用したエネルギー貯蔵ソリューションの提供（4Rビジネス）	取り組み実績	世界初となるリユース電池を使用した大容量蓄電池システムを開発（日本）	大阪市此花区で、「日産リーフ」使用済みバッテリーを活用した大容量蓄電池システムの実証実験を開始	✓✓	リユース事業のさらなる拡大に向けた準備を行う	
低燃費車の拡大	企業平均燃費を35%改善（日本/米国/欧州/中国、2005年度比）	企業平均燃費改善率	31.5%改善	36.4%改善	✓✓	低燃費車の拡大を推進する	
	幅広いクラスで燃費トップとなるモデルを投入	モデル投入	「デイズ」（日本） インフィニティ「QX60」（米国） 「ノート」「キャシュカイ」（欧州）	「エクストレイル」（欧州） 「ムラーノ」（米国）	✓✓	開発を推進する	
	Cクラス以上の前輪駆動（FF）車にハイブリッド車（HEV）を投入、および後輪駆動（FR）車にHEVを拡大	モデル投入	「スカイライン」（日本） インフィニティ「Q50」（米国） 「パスファインダー」（米国） インフィニティ「QX60」（米国）	開発を推進	✓✓	「エクストレイル」（日本）	
	プラグイン・ハイブリッド車（P-HEV）を投入	モデル投入	開発を推進	開発を推進	✓✓	開発を推進する	
	エクストロニックCVTをグローバルに投入し、CVT搭載車販売を累計2,000万台に拡大（1992年度基点）	CVT搭載車販売台数	年間販売台数279万台 累計販売台数1,615万台	年間販売台数295万台 累計販売台数1,910万台	✓✓	CVT搭載車の拡大を推進する	
	構造合理化・新材料・工法による軽量化技術開発	取り組み実績	2012-2013年度投入モデルのうち6車種が各カテゴリートップクラスの車両重量を達成	北米に投入した新型「ムラーノ」で1.2 GPa級高成形性超ハイテン材採用率を上げ、66kgの軽量化を実現	✓✓	開発を推進する	
	ITS技術による使用時のCO_2削減への貢献	取り組み実績	北京市交通委員会とともに行った動的経路誘導の交通分散効果に関する実証実験の結果を公表：走行時間5.1%短縮、燃費7.6%向上	普及を推進	✓✓	普及を推進する	

環境

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2013年度実績	2014年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
カーボンフットプリントの最小化	企業活動におけるCO_2排出量を20%削減 （グローバル販売台数当たり、2005年度比）	CO_2排出量削減率	15.4%削減	22.6%削減	✓✓	NESCOによる省エネルギー診断をグローバルに拡大する（36ページ参照）	2050年までに企業活動から80%削減する（2005年比）
	全生産拠点で27%削減（グローバル生産台数当たり、2005年度比）	CO_2排出量削減率	21.8%削減	23.9%削減	✓✓	塗装工程に3ウェット塗装技術を採用する	
	物流におけるCO_2排出量を6%削減 （日本/北米/欧州/中国、生産台数当たり、2005年度比）	CO_2排出量削減率	2.1%増加	3.3%削減	✓✓	モーダルシフトや充填率向上を推進する	
	オフィスで毎年1%削減 （日本/北米/欧州/中国、床面積当たり、2010年度比）	CO_2排出量削減率	6.1%増加	1.8%削減	✓	特定規模電気事業者（PPS）からの電力供給の導入を拡大する	
	販売会社で毎年1%削減（日本、床面積当たり、2010年度比）	CO_2排出量削減率	7.1%増加	14.4%増加	✓	新規店舗に省エネ設備を採用する。PPSの導入を拡大する	
新たに採掘する天然資源の最小化	2016年度に生産を開始する新車1台当たりの再生材使用率を25%に向上 （日本、米国、欧州）	再生材使用率	取り組みを推進	取り組みを推進	✓✓	取り組みを推進する	クルマ1台当たりの新規天然資源使用量を70%削減する（2010年比）
	ビジネスパートナーと連携し、クローズド・ループリサイクルの仕組みを拡大	取り組み実績	生産時に発生する鋼板やアルミ板のスクラップを、同品質の鋼板やアルミ板へ再生する取り組みを継続して推進	廃車由来の内装樹脂材の回収量拡大に向け、パートナーとの連携を強化	✓✓	取り組みを推進する	
	リサイクル実効率の向上 -リサイクル実効率トップレベル達成（日本） -使用済み自動車の適正処理と再資源化を推進（グローバル）	リサイクル率	99.5%（日本） 取り組みを推進（グローバル）	99.6%（日本） 使用済みリチウムイオンバッテリーの回収、およびリサイクル体制を構築中（グローバル）	✓✓	取り組みを推進する	
	希少資源の削減	取り組み実績	レアアース使用量削減に向けた開発を推進	レアアースを削減したHEVモーター用磁石を、新たに発売した「パスファインダー」HEV、インフィニティ「QX60」HEVより採用を開始（北米）	✓✓	開発した技術の新型HEVモデルへの拡大採用と、レアアース使用量がさらに少ない磁石の開発に着手する	
	廃棄物削減の推進 -日本生産で年2%削減 -グローバル生産で年1%削減	廃棄物削減率	10.9%削減（日本） 5.5%削減（グローバル）	3.5%削減（日本） 7.0%削減（グローバル）	✓✓	資源版NESCO診断をグローバルに拡大する	
	全生産拠点で水使用量を管理し、削減を推進	取り組み実績	グローバル日産としての水使用量目標値を設定し、取り組みを強化	グローバル車両生産工場での削減活動をさらに強化	✓✓	取り組みを推進する	
環境マネジメントの推進	バリューチェーンを通じた環境マネジメントの強化と推進 （連結製造会社、販売会社、サプライヤー）	取り組み実績	上流工程における環境負荷の把握と低減を推進	CDPサプライヤープログラムに参画し、サプライヤーサーベイのグローバルスタンダードを採用	✓✓	環境負荷把握とその精度向上を推進する	NGP達成とマネジメント判断をサポートする包括的・効率的な取り組みを推進する
	環境負荷の物質管理強化と計画的な削減および代替の推進	取り組み実績	環境負荷物質の管理強化、計画的削減、代替の推進を継続	環境負荷物質の管理強化、計画的削減、代替の推進を継続	✓✓	環境負荷物質の管理強化を推進する	
	ライフサイクルアセスメント（LCA）を活用した製品環境負荷の低減	取り組み実績	LCA算出手順についてテュフラインランドによる第三者認証を取得	第三者認証取得済みLCA算出手段にて製品環境負荷の低減に向けた活動を継続	✓✓	製品環境負荷の低減を推進する	

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN18/G4-EN19/G4-EN27/G4-EN28/G4-EN33

▶▶ page_113

詳細は巻末のCSRデータ集をご覧ください

環境への取り組み

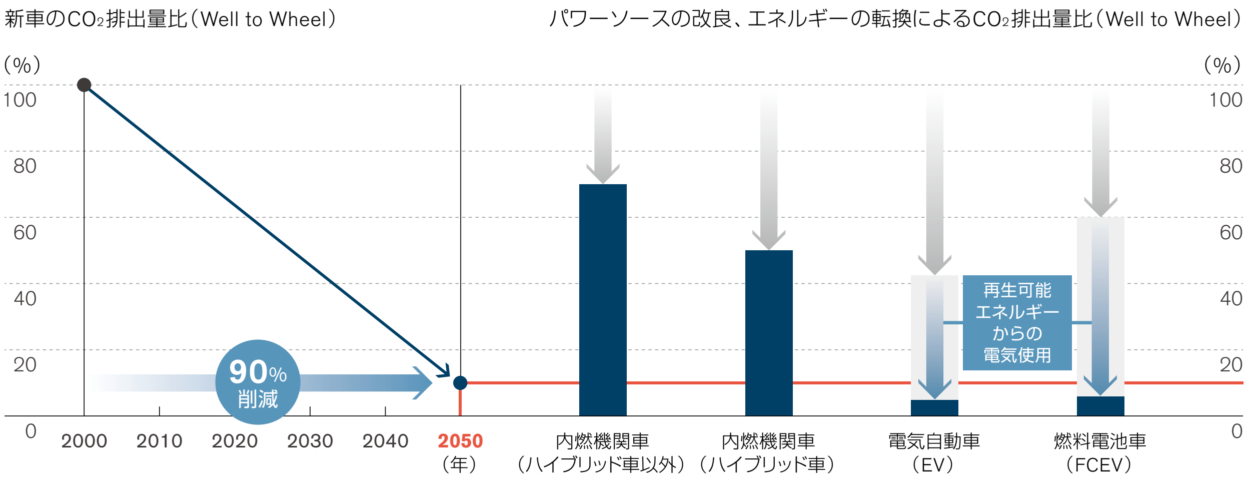
気候システムを安定化させるには、地球の平均気温の上昇を2度以内に抑える必要があるとの気候変動条約の前提に基づき、日産は新車のCO_2排出量（Well to Wheel）を2050年までに2000年比で90%削減する必要があると試算しています。90%削減に向けて日産は、短期的には内燃機関のさらなる向上、長期的には電気自動車（EV）や燃料電池車（FCEV）といった電動車両の普及が必要であると考え、技術開発に取り組んでいます。具体的には、100%電気で走るクルマの開発・普及を目指す「ゼロ・エミッション」[1]と、エンジン搭載車の燃費向上のための技術を開発し市場へ投入することでCO_2低減を図る「PURE DRIVE（ピュアドライブ）」[2]という2つの取り組みを推進しています。

[1]「ゼロ・エミッション」に関する取り組みの詳細を掲載しています
page_26

[2]「PURE DRIVE」に関する取り組みの詳細を掲載しています
page_33

また企業活動からのCO_2排出量については、2050年までに2005年比で80%削減する必要があると試算しており、省エネルギー活動に継続して取り組むとともに、EV用バッテリーの蓄電能力を活用しながら再生可能エネルギーの使用量を拡大していく計画です。

CO_2排出量削減のシナリオ



IPCC第4次評価報告書をもとに試算

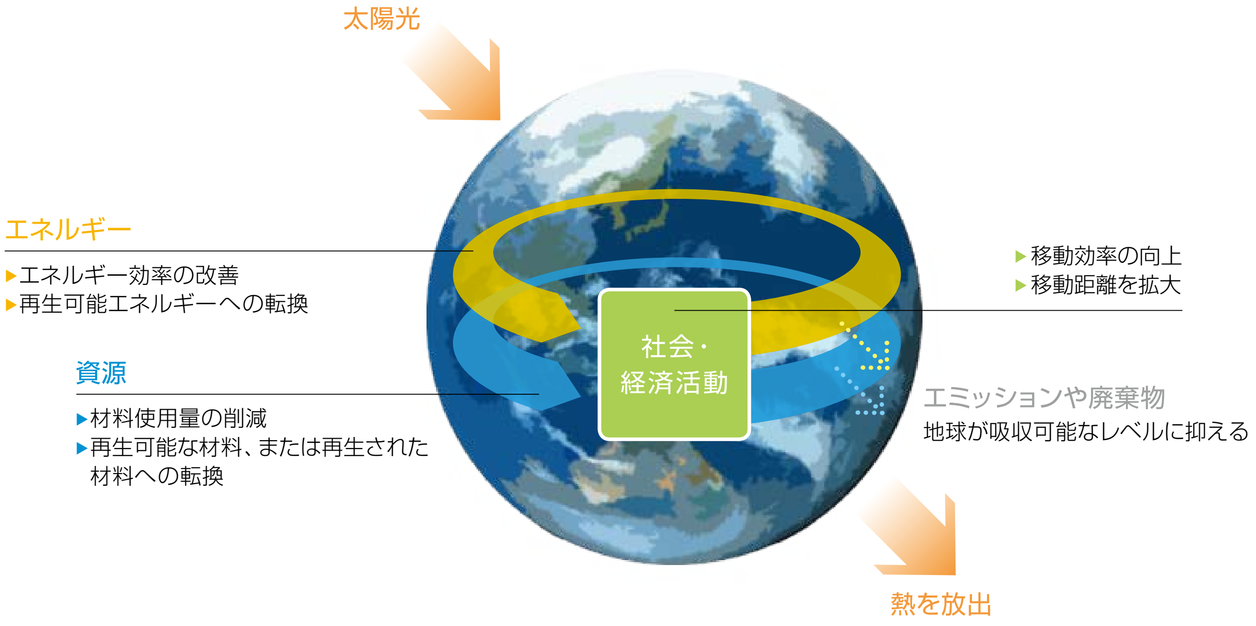
「ニッサン・グリーンプログラム 2016（NGP2016）」

日産にとっての究極のゴールは、企業活動やクルマのライフサイクル全体での環境負荷や資源利用を、地球が本来、吸収し再生できる範囲に抑えることです。その実現に向けて、2011年度より、6カ年の中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム2016（NGP2016）」を推進しています。「NGP2016」は、エネルギーや資源を専門とする有識者からの意見のほか、日本では従業員を対象に環境に関する意識調査を実施し、従業員の環境課題や日産の取り組みに対する認識や考え、業務を遂行するうえでの期待を確認するなど、さまざまな影響要因評価を行い策定しています。

「NGP2016」は、前計画（「ニッサン・グリーンプログラム2010」）で開発した環境技術を幅広く市場に普及・拡大させ、またエネルギーや資源の使用効率を高め、多様性や循環を促進させることで、日産の企業活動による環境への負荷低減や、資源利用と生態系サービスとの共存を図ることに主眼を置いています。具体的には「ゼロ・エミッション車の普及」「低燃費車の拡大」「カーボンフットプリントの最小化」「新たに採掘する天然資源の最小化」という4つのキーアクションについて、クルマづくりに携わる開発・生産部門はもちろん、セールス・サービス部門をはじめとする企業全体で推進しています。

日産は、今後も日産車の販売台数を増加させていく計画ですが、同時に「NGP」を継続して推進することで、2020年代中に新車と日産の企業活動からのCO_2排出量をピークアウトさせ、また新たに採掘する天然資源の量を2010年のレベルで維持することができると試算しています。

エネルギーや資源の使用効率向上と多様性や循環の促進



ハーマン・E・デイリー『持続可能な発展の経済学』を参考に作成

website 「ニッサン・グリーンプログラム」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

推進体制

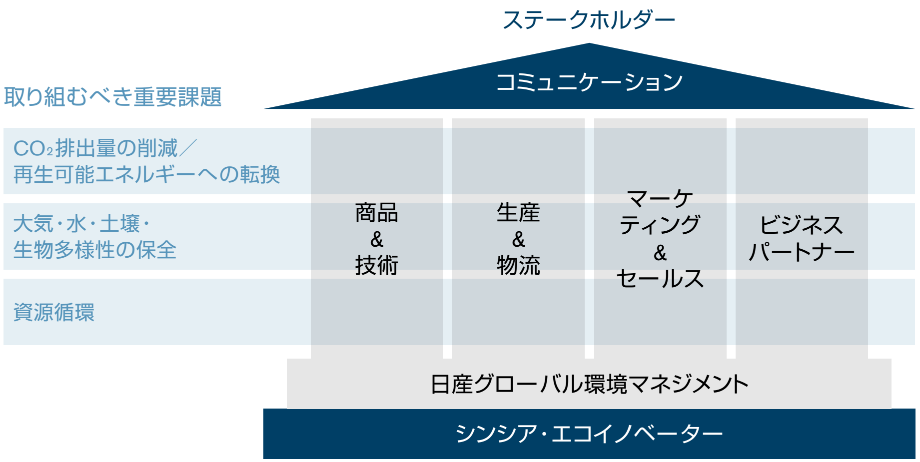
日産は「NGP2016」達成のために、商品・技術開発、生産、物流、マーケティング、セールスなどの各部門を有機的に連携させながら最大の効果を得られるよう、グローバルに環境マネジメントのフレームワークを構築し、各活動領域の目標値とアクションプラン実行を推進しています。

日産はまた、グローバルに環境マネジメントを推進するため、各地域や機能部署と連携した組織体制を構築しています。取締役が共同議長を務めるグローバル環境委員会(G-EMC:Global Environmental Management Committee、年2回実施)では、議題に応じて選出された役員と全社的な方針や取締役への報告内容の決議などを行います。また、経営戦略本部環境企画室(2007年設立)は、G-EMCへの報告内容や各部門での具体的な取り組みを決定し、PDCA(Plan-Do-Check-Act:計画、実施、評価、改善)に基づく進捗状況の効率的な管理・運用を担っています。また地域別では、日本環境委員会(J-EMC、2013年設置)、北米環境委員会(NA-EMC、同)、中国環境委員会(DFL-EMC、同)および欧州環境委員会(E-EMC、2012年設置)がより深い管理と活動を推進。その内容を各地域のマネジメント・コミッティに報告するとともに、経営戦略本部環境企画室と連携しながらG-EMCへも報告しています。

日産の戦略は、「社会の声に耳を傾け、オポチュニティとリスクの芽を見いだす」との考えに基づいています。有識者や専門機関の意見、格付け機関による評価を参考に、日産の目標や活動内容を精査するなど、取り組みのさらなる強化を図っています。

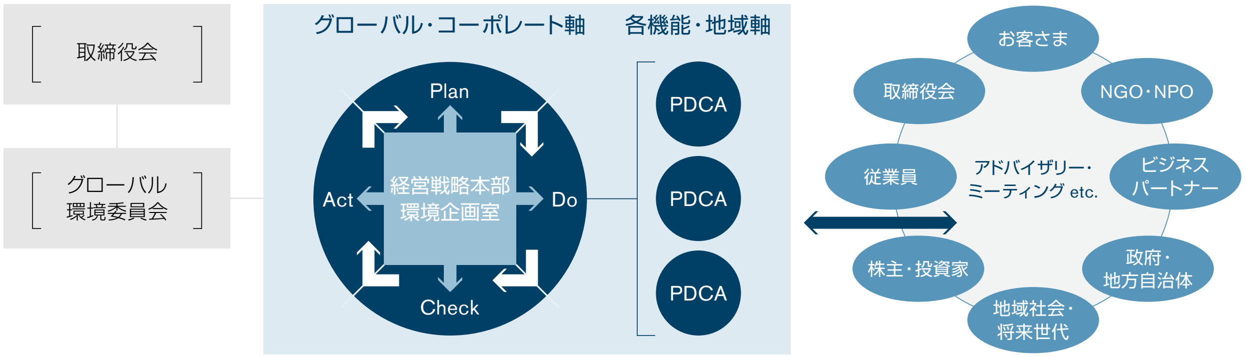
▶▶ page_41 「環境マネジメントの推進」の詳細を掲載しています

グローバル環境マネジメントのフレームワーク



▶▶ page_41 「シンシア・エコイノベーター」の詳細を掲載しています

組織体制図



ステークホルダーエンゲージメント

日産は、クルマの製造に必要となる資源採掘から、製造、輸送、使用、廃棄に至るまでのバリューチェーン全体において、資源やエネルギーへの依存、環境に与える影響、そして環境影響を削減する手段を分析し、ステークホルダーを特定*しています。そしてさまざまな機会を通して、ステークホルダーの意見や社会の多様なニーズを把握しています。例えば、日産の取締役会メンバーは、毎年開催するアドバイザリー・ミーティングに学会やビジネス界の第一線で活躍する環境分野の専門家や学者、ビジネスパーソンを招いて、日産の経営戦略の方向性や妥当性について協議し、その成果を環境戦略に反映しています。

* お客さま、株主・投資家、ビジネスパートナー、サプライヤー、NGO・NPO団体、地域社会、政府・地方自治体、将来世代、従業員、日産取締役会メンバー

マテリアリティ評価

自動車産業は、CO_2排出量や排出ガス、エネルギーや燃費、騒音、材料資源、水、化学物質、廃棄物やリサイクルなど、環境に関連する規制や基準の影響を世界規模で受けており、こうした規制や基準は年々厳しくなっています。また、クルマの環境性能に対するお客さまの好みや要望も変化しつつあります。

日産は、このような社会からのさまざまな要望に応えるため、マテリアリティ評価の考えに基づき、自社の潜在的な好機と課題を分析し、ステークホルダーと日産双方にとって重要なものを優先課題*として認識したうえで、その解決に必要な方針や目標を設定し、環境戦略に反映しています。

▸▸ page_13

* マテリアリティ評価の結果「マテリアリティマトリックス2015」を掲載しています

ゼロ・エミッション車の普及

社会と地球環境の両方に資するものはビジネスにも資するという商品のひとつが電気自動車（EV）です。日産は、ゼロ・エミッション車の生産、販売だけでなく、包括的なアプローチのもと、さまざまなパートナーと連携し、ゼロ・エミッション車の普及に向けた活動を推進しています。

ルノー・日産アライアンスでゼロ・エミッションリーダーに

持続可能なモビリティ社会を実現するという日産の強い決意は、地球規模の気候変動問題解決の一助となるだけでなく、より環境に配慮したクルマを求めるお客さまのニーズを満たし、日産の持続的な利益ある成長も実現します。今後、太陽光、風力、水力といった再生可能エネルギー利用の動きが活発になれば、EVはさまざまなエネルギーを電源として利用できるようになり、さらに社会での蓄電池利用が進むことで、EV市場はさらなる拡大が見込まれます。

日産は、2010年に量産型の100％EV「日産リーフ」を発売したのに続き、2014年には、100％電気商用車「e-NV200」を2車種目のEVとして欧州や日本で発売を開始しました。日産初の電気商用車である同車は、走る蓄電池としてさまざまなビジネスシーンに役立てることができます。日産は、EV4車種をすでに販売しているルノーとともに、ゼロ・エミッションリーダーとして、自動車業界を牽引していきます。

「日産リーフ」累計販売台数17万台達成

「日産リーフ」は、走行中にCO_2などの排出ガスを一切出さないゼロ・エミッション車です。2010年の販売開始以来、リチウムイオンバッテリーと電気モーターの搭載による力強く滑らかな加速性能、あらゆる速度域での高級車のような静粛性能、優れた重量バランスによる高い操縦安定性を実現させた今までにない運転感覚が、お客さまから高い評価を得ています。

現在、40ヵ国以上で販売されている「日産リーフ」の販売台数は着実に増加しています。2015年3月時点で、「日産リーフ」のグローバル累計販売台数は17万台を突破し、世界で最も売れているEVとなっています。販売台数が好調に推移しているのは、環境に与える負荷が少ないというだけではなく、燃料代などのランニングコストが低いこと、加速や操縦など走行性能が優れていることなど、EVならではの特徴が浸透してきた結果だと考えています。

加えて、スマートフォンなどを使ったリモート操作、少ない電力での走行可能ルート・走行ルート周辺の立ち寄り充電スポットの案内といったドライビングサポート機能など、先進的なITシステムの導入により可能になった「日産リーフ」独自の利便性も評価されています。

また、日産はEVの普及を促進するために、自治体や企業などと協働し、充電インフラの整備にも取り組んできましたが、「日産リーフ」が世界各地で走行する実績を市場における貴重な経験値として、さらなる発展・普及に生かしていきます。

日産は、「日産リーフ」をはじめとするEVではガソリン車と比べ製造から廃棄に至るライフサイクルでのCO_2排出量を削減することが可能であると試算しています*。また、蓄電池としての役割を担うことで、EVのバッテリーは太陽光や風力発電など出力が安定しない再生可能エネルギーの導入をサポートすることができます。CO_2排出量の低減や再生可能エネルギーへの転換に貢献するEVは、クルマを取り巻く社会全体の低炭素化には不可欠です。

▶▶ page_43
* 「日産リーフ」のライフサイクルアセスメント評価を掲載しています

「日産リーフ」

韓国済州島で「日産リーフ」の販売を開始

韓国の済州島は、2030年までにCO_2排出を実質ゼロにすることを目指しています。将来的には風力および太陽光で、済州島で使われるすべての電力を賄う計画です。EVに関しても、充電器の設置を拡大するとともにEV購入に対し補助金を出すことで普及を推進し、2030年までに島内のクルマをすべてEVにすることを目指しています。日産はこうした済州島の活動に賛同し、「日産リーフ」の発売開始を決定。2014年12月、公募によって選ばれた15人のオーナーへの引き渡し式が行われました。さらに、同島に急速充電器を寄贈。2015年3月には同島で開催された「第2回国際電気自動車エキスポ」に「日産リーフ」を出展しました。

商用車市場に革新をもたらす「e-NV200」

「e-NV200」は、多目的商用バン「NV200バネット」をベースに、EV専用のパワートレインを組み合わせることで、「NV200」の室内の広さや多用途性と、EVならではの加速性と静粛性を兼ね備えたモデルです。パワープラグを採用しているため、屋外での電源供給が可能となっており、“走る蓄電池”として、さまざまなビジネスシーンに役立てることができます。

内燃機関ベースの商用車と比較して、ランニングコストを抑えることが可能なのはもちろん、騒音に関する周辺への配慮といった環境対応面で、企業のイメージアップにも貢献します。またEVならではのスムーズで力強い加速性能や静粛性が、ドライバーの疲労を軽減し、より安全な業務運行を実現します。

油圧式制御ブレーキの採用により、多くの制動シーンで回生が可能になり、航続距離は満充電時で185km～190km（JC08モード）を実現しています。

「e-NV200」は、スペインのバルセロナ工場で生産しており、欧州や日本の都市部の貨物配送事業者やタクシー会社に、ゼロ・エミッションによる事業運営の機会を提供しています。

5人乗りに加えて7人乗りのワゴンタイプも設定しており、乗用ユースとしても使用できます。

走る蓄電池

「e-NV200」では、走行用バッテリーから合計で最大1500Wの電力を取り出すことができるパワープラグ（100Vコンセント）を、前席側と荷室側の2ヵ所に採用しました（日本仕様車）。これにより、ビジネスにおける外出先での電源確保や、屋外でイベントを実施する際の電源提供、さらには災害時の電源としても活用できます。

またパワープラグは、電力供給を自動停止するバッテリー残量を任意に設定することが可能となっており、帰路の走行電力を気にせず安心して使用できます。

「e-NV200」は“走る蓄電池”として、さまざまなビジネスシーンに役立てることができます

貨物配送事業者やタクシー会社に対して、ゼロ・エミッションによる事業運営の機会を提供しています

燃料電池車（FCEV）の実用化に向けて

水素と酸素からつくる電気をエネルギー源とする燃料電池車（FCEV）は、走行時に排出するのは水だけで、CO_2や排出ガスを出さないもうひとつのゼロ・エミッション車です。持続可能なモビリティ社会構築に取り組む中、エネルギーソースの多様性の観点からもFCEVは電気自動車とともに重要であると、日産は考えています。日産のFCEVには、独自の燃料電池技術だけでなく、これまで培ってきたEVの強電システムや制御技術、圧縮天然ガス車の高圧ガス貯蔵技術などが生かされています。2011年には民間企業12社とともにFCEVの日本市場導入と水素供給インフラ整備に向けた声明を発表。また出力密度を飛躍的に向上させ[1]、白金使用量と部品種類を削減し[2]大幅な小型化、コスト削減を実現した[3] FCEV用の燃料電池スタックを公開しています。

[1] 自社開発2005年モデル比2.5倍、1リッター当たり2.5キロワットを達成。日産調べ
[2] 自社開発2005年モデル比でそれぞれ4分の1に削減。日産調べ
[3] 自社開発2005年モデル比で半分以下、コストは6分の1にまで低減。日産調べ

2013年には、ルノーとのアライアンスのもと、日産はダイムラー、フォードと燃料電池システムを共同開発する合意書に調印しています。

2015年2月には、他の国内自動車メーカーと共同で水素ステーションの整備促進に向けた支援策を検討し、共同で取り組むことに合意したと発表しました。

ゼロ・エミッション社会の構築

持続可能な社会の実現には、走行時にCO_2を全く排出しないゼロ・エミッション車の普及が有効な手段となります。そのためには、ゼロ・エミッション車を単に生産・販売するだけではなく、社会インフラを整備し普及を促す経済性を確保する必要があり、企業単独では実現できません。ゼロ・エミッション車の投入・普及を企業戦略のひとつとして位置づけているルノー・日産アライアンスは、「ゼロ・エミッション車でリーダーになる」というコミットメントを掲げ、開発・生産を強化するとともに、各国政府、地方自治体、電力会社やその他業界と、100以上に上るパートナーシップを締結しながら、ゼロ・エミッションモビリティの推進およびインフラ構築のための検討を進めています。

さらに、リチウムイオンバッテリーの生産、バッテリーの二次利用やリサイクル、急速充電器の販売、充電インフラの整備、他社との充電方式の標準化推進など、ゼロ・エミッション車を軸に包括的な取り組みを進めています。

ゼロ・エミッション車の普及によって、人々のライフスタイルが変わり、新たなモビリティ社会が誕生する可能性が生まれます。日産はEVのみならず、EVがもたらす新たな価値を提案していきます。

EVを活用したゼロ・エミッション社会構築への取り組み

* EVのさらなる普及に必要不可欠な急速充電器の設置箇所の拡大、および充電方式の標準化を図ることを目的に設立された協議会。自動車会社、電力会社のほか、充電機器メーカー、充電サービス提供企業、およびこれを支援する企業や行政などが参加しています

100%電気トラック「e-NT400テストトラック」の実証運行を開始

日産は、2014年4月、富山市と100%電気トラック「e-NT400テストトラック」の実証運行を行いました。富山市は日産が貸与する「e-NT400テストトラック」のモニター車を約2ヵ月間、富山市環境センターの資源ごみ回収車として活用し、その実用性を検証。日産は、実験で得られたデータをもとに、走行性能や充電の運用などに関する検証を進め、今後の開発に生かしていきます。また同年9月には、佐川急便株式会社とも実証運行を行い、実際に使用したドライバーからはゼロ・エミッション車の強みである騒音や振動による負担が少ない点や加速性能が高い点などが評価されました。

中国でヴェヌーシア初となる100%電気自動車「e30」の販売を開始

2014年9月、日産の中国での合弁会社、東風汽車有限公司の乗用車部門である東風日産乗用車公司は、同社の自主ブランド・ヴェヌーシアで初となる100%電気自動車「e30」の販売を開始しました。「e30」は中国のお客さまに、手ごろなランニングコスト、信頼性、そしてワクワクをもたらすEVならではのドライビングを提供しています。

ゼロ・エミッション車普及に向けたインフラ整備

日産は、各地方自治体、集客施設等への急速充電器の設置や導入を働きかけるとともに、全国の日産販売店の急速充電器設置店舗数を2015年3月時点の約1,640店舗からさらに増やすなど、充電インフラの整備を進めています。

約30分でバッテリーの80%まで充電が可能な急速充電器は、EV普及に向けた重要なインフラのひとつです。日産は2011年に急速充電器の販売を開始し、2012年には静粛性能や充電コネクターの操作性を向上させ、課金システムにも対応できるよう改良しています。

日産は2014年5月、他の国内自動車メーカーとともに、日本における電動車両（EVやプラグイン・ハイブリッド車）の充電器設置活動、および利便性の高い充電ネットワークサービスの構築を推進するために、新会社「日本充電サービス（略称NCS）」を共同出資により設立しました。各社は、それぞれの電動車両ユーザーが1枚のカードでNCSが管轄するすべての充電器をいつでも利用できる、利便性の高い充電インフラネットワークサービスを提供していきます。

またEV普及に賛同する企業と協力して、賛同企業の各事業所内にEV用充電器を設置し、従業員が通勤用として広く「日産リーフ」を活用できる環境づくりをサポートする取り組みも開始しています。

米国では「No Charge to Charge」プログラムを開始しました。これは「日産リーフ」を購入またはリースしたお客さまであれば2年間、決められた充電スタンドで無料で充電できるというプログラムです。「日産リーフ」の販売台数が多いサンフランシスコ、ロサンゼルス、シアトル、ポートランドなど、15の都市（2015年3月時点）で実施されており、今後さらに他の都市にも拡大していく計画です。

このほか欧州においても、エネルギー産業にかかわる企業などと協働でCHAdeMO協議会のプロトコルに対応した急速充電器を2015年2月時点で1,500基以上設置しており、インフラ整備に力を入れています。

スマートグリッドの実現に貢献する「日産リーフ」

「日産リーフ」はパワーコントロールシステムと組み合わせることにより、自宅など一般住宅に電力を供給することが可能になります。「日産リーフ」のバッテリーから電力供給するシステム“LEAF to Home”は、一般住宅の分電盤に直接接続し、コネクターを「日産リーフ」の急速充電ポートへつなぐことで、駆動用の大容量リチウムイオンバッテリーに蓄えた電気を住宅へ供給することを可能とし、EV用バッテリーがもたらす新たな価値を提供します。コネクターはグローバルに使用実績がある、CHAdeMO協議会の急速充電プロトコルに対応しており、高い汎用性や安全性、信頼性を確保しています。

また日産は、米国国防総省とカリフォルニアエネルギー委員会の協力のもと、カリフォルニア州のロサンゼルス空軍基地で始まった、“vehicle-to-grid”プロジェクトに参加しています。これは基地の施設への電力供給にEVを利用するというプログラムで、「日産リーフ」は13台が導入されました。EVをバッテリーとして利用すれば、歳出の削減ばかりでなく、EVの総所有コストの削減にもつながります。「日産リーフ」は今後、他の基地で実施される同様のプロジェクトにも参加予定で、こうした経験を積み重ねることで「日産リーフ」を利用したさらに大規模な電力マネジメントシステムの可能性を検証していく計画です。

リチウムイオンバッテリーを海外生産

日本においては、日産とNECの合弁会社であるオートモーティブエナジーサプライ株式会社（AESC）の座間事業所で、「日産リーフ」に搭載するリチウムイオンバッテリーを生産しています。同事業所で1つのモジュールにセル4枚が組み込まれ、日産の追浜工場で48個のモジュールが1つのバッテリーパックに詰められて、車両に取り付けられます。

海外においても、2012年度より米国テネシー州スマーナ工場と英国サンダーランド工場でリチウムイオンバッテリーとEV車両を生産しています。

超小型EV「日産ニューモビリティコンセプト」

「日産ニューモビリティコンセプト」は、高齢者や単身者世帯の増加といった社会背景や、乗用車の近距離移動・少人数乗車の使用実態に着目した、全く新しい2人乗りの超小型EVです。軽自動車よりもコンパクトであるため、車両感覚のつかみやすさと周囲の見通しの良さを生かし、道路幅が狭く見通しが悪い住宅地などでの活躍が期待されています。

日本では2011年度から国土交通省の協力のもと、各自治体・企業などと検証や調査を目的に同車の走行実証実験を行ってきました。2013年1月には、国土交通省から普及に向けた「超小型モビリティ公道走行を可能とする認定制度」が公布・施行されたことにより、現在では22地域にて実証実験を行っています。これまでの主流であった観光利用に加え、神奈川県厚木市では老人介護施設による訪問介護、香川県高松市では医療・介護の訪問サービスの移動手段として利用されるなど、利用用途も広がってきています。

また、神奈川県横浜市では「日産ニューモビリティコンセプト」を活用したワンウェイ型カーシェアリング「チョイモビ ヨコハマ」を2013年10月より実施しており、1万人以上の方々が会員になって、EVの快適さを体験しました。2014年11月からは実証実験第2期として、横浜市を中心に地元企業、商店街、公共交通機関との連携をさらに加速させ、ワンウェイ型カーシェアリングを持続的なサービスとして定着させるためのビジネス実証を進めています。

こうした実証実験を通じて、日産はEVの新しい使い方や円滑な交通流（自動車の流れ）の実現、次世代のまちづくり検討に向けて、提案を行っています。

「日産ニューモビリティコンセプト」を活用したワンウェイ型カーシェアリング「チョイモビ ヨコハマ」

リチウムイオンバッテリー二次利用事業「4R」の推進

日産のEVに搭載される高性能リチウムイオンバッテリーは、クルマとして一般的に使われた後も、クルマ以外に利用できる十分な容量を残しています。リチウムイオンバッテリーの“再利用(Reuse)、再販売(Resell)、再製品化(Refabricate)、リサイクル(Recycle)”という「4R」を推進することで資源を有効活用し、さまざまな用途におけるエネルギー貯蔵ソリューションとすることで、バッテリー利用の好循環サイクルを創出できます。

日産は、EVが市場で広く普及していく中、再利用可能なリチウムイオンバッテリーを有効に活用するために、2010年に住友商事株式会社とともにフォーアールエナジー株式会社を設立し、EV用バッテリーを定置型蓄電システムのバッテリーとして活用できるよう、開発に向けた実証実験に取り組んでいます。日本では今後、住宅や事業用の太陽光パネルと組み合わせたエネルギー貯蔵やバックアップ電源として定置型蓄電システムの利用拡大が見込まれており、フォーアールエナジーは個人住宅や集合住宅向け定置型蓄電システムの販売を開始しています。

また、フォーアールエナジーは、16台の「日産リーフ」から回収した使用済みリチウムイオンバッテリーを再構成した世界初[1]となる大容量蓄電池システムを開発。環境省から助成を受け、大阪市此花区で実証実験を行っています。2014年11月には、「日産リーフ」の使用済みリチウムイオンバッテリーによる大容量蓄電池システムを、ビルの電力マネジメントに活用する実証実験を行うことを発表。株式会社エナリスが提供するデマンドレスポンスサービス[2]に対応させて、電力供給を滞らせることなく電力料金を削減できる大容量蓄電池システムの利用方法を実証します。

[1] 2014年1月時点、フォーアールエナジー株式会社調べ
[2] 時間帯別に電気料金設定を行ったり、ピーク時に使用を控えた消費者に対し対価を支払うなどの方法でピーク時の電力消費を抑え、電力の安定供給を図るサービス

「日産リーフ」が生み出す資源循環の輪

低燃費車の拡大

成熟市場の回復と新興国市場の拡大に伴い、クルマの需要は今後も継続して拡大していくことが見込まれています。日産は、エンジン搭載車の燃費を究極まで高めていく技術の開発を進め、市場への投入を推進しています。

日産車の企業平均燃費35%改善に向けて

日産は、エンジン搭載車の燃費をグローバルに向上するために、エンジンのエネルギー効率向上や、エンジンの力を伝えるトランスミッションの性能向上などの技術開発に継続して取り組んでいます。また、減速時にブレーキの熱として廃棄していたエネルギーを回収して再利用できるハイブリッドシステムのさらなる効率化にも力を注いでいます。「リチウムイオンバッテリー」「インテリジェント デュアル クラッチ コントロールハイブリッド」

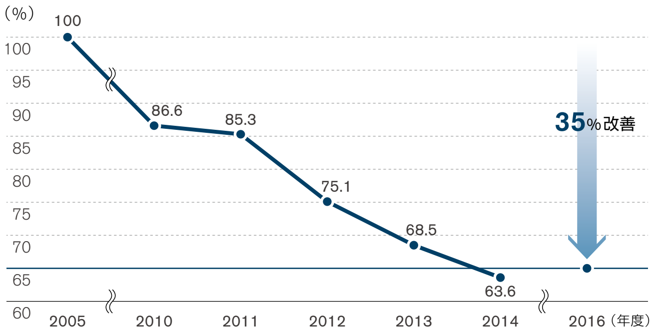
「エクストロニックCVT[1]」の3つをコア技術と位置づけ、車室内空間、用途、価格を考慮しながらクルマに最適な低燃費技術を採用し市場に投入することで、運転する楽しさや使いやすさを損なうことなく燃料消費量やCO_2排出量を削減していきます。

日産では、特にCO_2排出量が少なく燃費性能に優れた日産車を「PURE DRIVE(ピュアドライブ)」と呼び、市場投入を推進しています。

こうした取り組みを進めることで、2016年度までに2005年度比で35%[2]企業平均燃費を改善していくことを目標としています。2014年度は2005年度比36.4%改善により、目標を前倒しで達成しました。

[1] Continuously Variable Transmission(無段変速機)
[2] 日本、米国、欧州、中国の4市場における企業平均燃費

企業平均燃費改善率



エンジンの効率改善とCVTの改良で燃費トップとなるモデルを投入

現在のエンジン搭載車は、燃料が持つエネルギーの7割程度を熱として廃棄しています。日産はエンジンの燃焼効率を向上させ、吸気・排気の抵抗やフリクションを低減することで、エネルギー損失を極限まで減らし、燃費を向上することを目標にしています。

エンジンについては、ガソリン、ディーゼルとも小型化を進めています。2014年度に投入した新型インフィニティ「Q50」(日本では「スカイライン」)は、前モデルで採用していた2.5リッターガソリンエンジンを2.0リッター直噴ターボエンジンに置き換えることで、クラストップレベルの動力性能を実現しながら燃費を約20%向上しました。また、「ジューク」に搭載している1.6リッターガソリン直噴ターボエンジンを大幅に改良し、世界初のロープレッシャークールドEGRシステムや、気筒内壁の鏡面加工技術「ミラーボアコーティング」などを採用することで、燃費を約10%改善しています。「ナバラ」では、2.5リッターディーゼルエンジンを2.3リッター直噴ターボエンジンに置き換えて約20%の燃費向上、「アトラス」では4.5リッターディーゼルエンジンを3.0リッター直噴ターボエンジンに置き換えて約10%の燃費向上をそれぞれ実現しています。

無段階に変速比を変えられるCVTは、車速に応じて最も運転効率の良いエンジン回転数となるよう変速比を選択できることから、低速域から高速域まで滑らかで力強い走りと低燃費を両立することができます。日産はCVTを軽自動車から3.5リッタークラスの中型車まで幅広く採用しています。中でも2012年以降グローバルに採用を進めている新型のエクストロニックCVT(2.0〜3.5リッタークラス用)では、最大変速比幅7.0、フリクション約40%低減を実現することにより、最大10%[1]燃費を向上しています。2014年度は欧州で販売されている「キャシュカイ」のディーゼル車にもCVTを採用し、搭載車種を拡大しています。

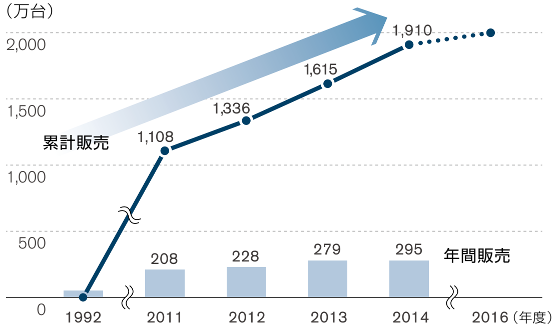
[1] 社内測定値(米国環境保護庁複合燃費モード)

このような技術の組み合わせにより、2014年度は米国に投入した「ムラーノ」がクラストップとなる燃費[2]を実現しました。

[2] 発売時点。2WD・4WDともに24mpg(米国基準、シティ・ハイウェイ走行のコンビモード)

日産は、燃費向上に寄与するCVTを搭載したクルマを2016年度までに2,000万台(1992年度基点からの累計販売台数)に拡大することで、グローバルでのCO_2排出量を削減することを目指しています。2014年度のCVT搭載車の販売台数は295万台、累計販売台数は1,910万台となっています。

CVT搭載車販売台数の推移



ハイブリッド車を拡充

エンジンと電気モーターを組み合わせて走行するハイブリッド車は、燃費を改善しCO_2排出量を大幅に削減することが可能です。日産は駆動用・回生用を兼ねる1つのモーターに、エンジンとトランスミッションを2つのクラッチでダイレクトに接続した「インテリジェント デュアル クラッチ コントロール」に、高出力のリチウムイオンバッテリーを組み合わせた独自の1モーター2クラッチハイブリッドシステムを開発し、燃費性能に優れダイレクト感のある走りを実現しています。日産はこのシステムを2010年より後輪駆動（FR）車、2013年より前輪駆動（FF）車に採用し、2014年度末時点で7車種に搭載しています。今後も搭載車種を拡大していきます。

また、エネルギー回生発電量と駆動出力を高めた補助原動機と、蓄電容量を高めたサブバッテリーを組み合わせたシンプルでコンパクトなハイブリッドシステムを開発し、2012年に発売した「セレナ S-HYBRID」に搭載しています。

プラグイン・ハイブリッド車の開発

プラグイン・ハイブリッド車は、ガソリンエンジンと電気モーターを組み合わせた、電気自動車同様にモーター走行が可能なハイブリッド車です。モーターにはリチウムイオンバッテリーが搭載されており、外部電源またはエンジンによる発電から充電することができます。日産はプラグイン・ハイブリッド車の投入を目指して開発を進めています。

車両の軽量化の推進

車両の軽量化も燃費向上に向けた重要な取り組みのひとつです。日産は、構造の合理化、工法、材料置換の3つの手法により、車両の軽量化を推進しています。

例えば構造の合理化では、最適な骨格の配置などによる板厚低減、工法では内装部品用などの樹脂材の発泡化などを行っています。

材料置換においては、車体に使用される鋼材の軽量化を極める挑戦を行っており、そのひとつに超高張力鋼板（超ハイテン材）の採用の推進があります。2014年度に北米に投入した新型「ムラーノ」では、2013年度に世界で初めてインフィニティ「Q50」（日本では「スカイライン」）に採用した1.2GPa級高成形性超ハイテン材をはじめとする各種ハイテン材の採用比率を大幅に増加し、他の軽量化への取り組みも含め車両全体で66kgの軽量化を実現しています。1.2GPa級高成形性超ハイテン材は、材料配合の最適化により、高強度と高成形性を両立。これにより薄肉化と軽量化を実現しながら、複雑な形状の部品にも使用が可能です。また1台当たりの鋼材使用量を低減できるうえ、既存ラインでの生産が可能であるため、トータルコストの削減にも有効です。日産は、この1.2GPa級を含む超ハイテン材の採用を今後も推進し、2017年以降発売する新型車で25%（重量ベース）まで拡大していく計画です。

ITSを活用した渋滞緩和プロジェクト

クルマの燃費は、車両性能のみならず、クルマを取り巻く交通環境やその使われ方にも左右されるため、日産は交通環境改善に向けた社会インフラ実現への取り組みを積極的に行っています。中でも渋滞緩和など自動車メーカー単体では実現が難しい道路交通問題の解決に向け、高度道路交通システム（ITS）を活用し、他業種と連携して取り組みを進めています。

例えば近年急激にクルマの普及が進む中国の渋滞緩和に向けて、日産は2010年から独立行政法人新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）の委託を受け、北京市交通委員会とともに同市にて、IT端末を活用した動的経路誘導（DRGS）とエコ運転支援の実証実験を行いました。

うち望京地区では、自家用車を所有する一般ドライバー約1万2,000名にポータブルナビ（PND：Portable Navigation Device）を使用してもらい、動的経路誘導とエコ運転支援サービスを実施しました。約1年間にわたる実証実験の結果、動的経路誘導システムの利用により、走行時間は5.1%短縮、燃費*も7.6%向上しました。渋滞区間を回避して交通量の少ない道路を利用することで交通量を分散できるため、地域全体における車両の走行速度を向上させることも可能になります。また、エコ運転支援サービスを受けたドライバーは、運転習慣が改善し、燃費が6.8%向上しました。

同時に実施したシミュレーションでは、動的経路誘導システムが北京市全体で10%普及した場合、車両の平均速度が約10%向上し、燃料消費量とCO_2排出量を約10%削減できると試算されています。

* 燃費は中国方式（L/100km）で計算。日本方式（km/L）で計算すると、動的経路誘導の場合は8.3%、エコ運転支援の場合は7.4%の向上に相当

このプロジェクトの成功により、日産は「北京市の渋滞緩和、省エネ、環境改善に多大な貢献」を行ったとして、北京市交通委員会から栄誉表彰を受けました。日産は、都市部の環境と大気の質改善に向けて、これらのシステムの普及を積極的に推進していきます。

カーボンフットプリントの最小化

炭素制約下社会にあるといわれる中、CO_2排出量の削減は引き続き企業が取り組むべき課題のひとつです。日産は、CO_2排出量の削減のために、エネルギー効率の追求や再生可能エネルギーへの転換を進めています。

企業活動におけるCO_2排出量をグローバル台当たり20%削減

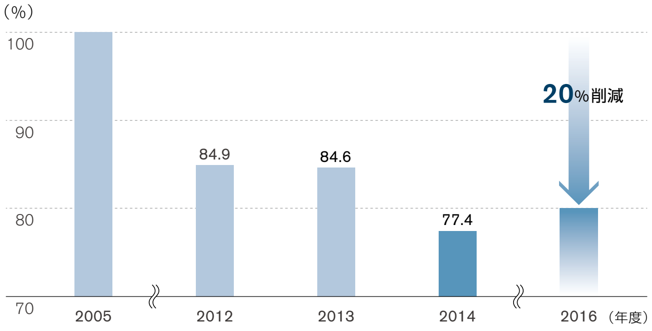
日産は、2016年度までに企業活動からのCO_2排出量を2005年度比でグローバル台当たり20%削減する[1]という目標を掲げています。従来生産拠点のみだったCO_2排出量削減目標の対象を、2011年度から物流、オフィス、販売会社にまで広げ、効率の高い設備の導入や、省エネルギー活動、再生可能エネルギーの導入など取り組みの幅を広げ、管理を強化しています。2014年度は2005年度比でCO_2排出量を22.6%（t-CO_2/台）削減しています。

[1] グローバル台当たりCO_2排出量：日産のグローバル企業活動から排出されるCO_2総量を、日産車のグローバル販売台数で割ったもの

またCO_2排出量削減に向けて、グローバル企業活動における再生可能エネルギーの使用率を、2016年度までに9%に高めるとの目標も掲げています。日産は各拠点の地域特性に合わせ、自社の設備による発電、他社からの購入、そして土地や設備など日産資産の発電事業者への貸付[2]という3つのアプローチのもと、再生可能エネルギーの利用と社会普及の後押しを推進しています。

[2] 2013年5月から大分県に保有する遊休地約35万m²を、また2014年1月からグループ企業である日産工機株式会社の寒川工場の屋根を、それぞれ太陽光発電用に賃貸しています

企業活動からのグローバル台当たりCO_2排出量削減率推移



グローバル生産における省エネルギー活動

生産過程におけるCO_2排出の主たる要因は、化石燃料を使用したエネルギー消費です。日産は、生産過程におけるエネルギー消費とCO_2排出量が最も少ない自動車メーカーとなるよう、さまざまな省エネルギー活動に取り組んでいます。

生産技術の分野では、より効率の高い生産設備の導入や工法の改善、省エネルギー型照明の採用などを行っており、最近では塗装工程への3ウェット塗装技術の導入を推進しています。生産工場から排出されるCO_2の約30%は塗装工程に起因しており、同工程における焼付け工程の短縮、または撤廃がCO_2排出量削減につながります。日産が導入した3ウェット塗装技術は、これまで中塗りと上塗り両方の塗装後に設けていた焼付け工程を、中塗りと上塗りを連続して塗装することで一度に集約しており、塗装工程からのCO_2排出量を従来比30%以上削減[1]することを可能にします。日産はこの技術を、2013年に日産自動車九州株式会社

[1] 日産調べ

をはじめ、米国のスマーナ工場、メキシコのアグアスカリエンテス第2工場(同年11月稼働開始)、ブラジルのレゼンデ工場(2014年2月稼働開始)に導入しています。特に九州の工場では、量産ラインを止めることなく、3ウェット対応の工程への移行を実現し、工程自体の短縮化にも成功しています。

運営面では、照明や空調設備を細かく管理し、エネルギー使用量やロスの少ない操業を徹底しています。日本で先行した省エネルギー技術を世界の各工場に普及させるとともに、各国の工場が相互に学び合い、ベストプラクティスを共有しています。また、日本のほか、欧州、メキシコ、中国に設置したNESCO[2]という省エネルギー診断専門チームが、各管轄地域の工場において省エネルギー診断を実施し、2014年度は約5万トンのCO_2排出量削減[3]につながる対策を提案しました。

[2] Nissan Energy Saving Collaborationの略。2003年に日本、2013年に欧州、メキシコ、中国に設置

[3] 日産調べ

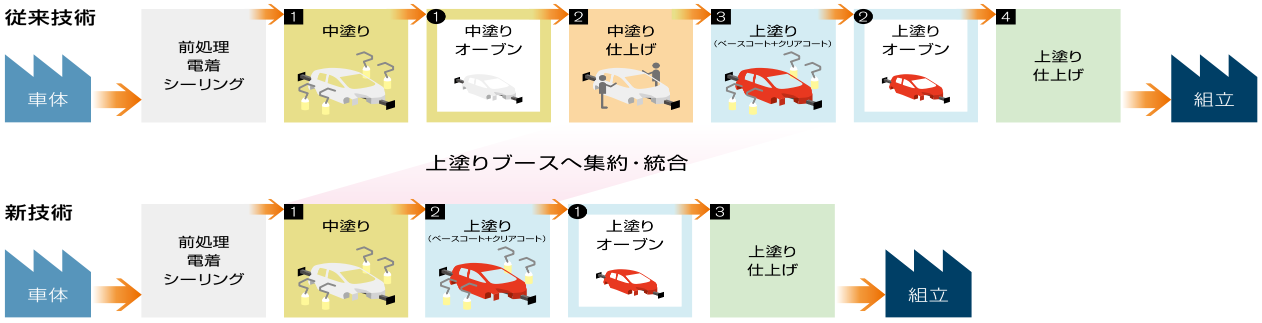
再生可能エネルギーについては、英国のサンダーランド工場で風力発電機を10基導入、出力は6,500kWに達しており、同工場で使用する電力の約5%を供給しています[4]。メキシコのアグアスカリエンテス第1工場では、バイオマスガスや風力由来の電力を積極的に採用し、2013年から再生可能エネルギー使用率は50%に達しています。このほか日本の座間事業所では、小水力発電を開発し、排水管2.5mの落差から回収したエネルギー約0.5kWを試験的に工場内で使用しています。

[4] このほか、スペインの工場で太陽光発電装置(出力約200kW)を設置しています

こうした活動を推進し、2016年度までに全生産拠点で27%削減(2005年度比、グローバル台当たりのCO_2排出量)[5]することを目標としています。2014年度のグローバル台当たりCO_2排出量は約0.56トンで、2005年度比で約23.9%の削減となりました。

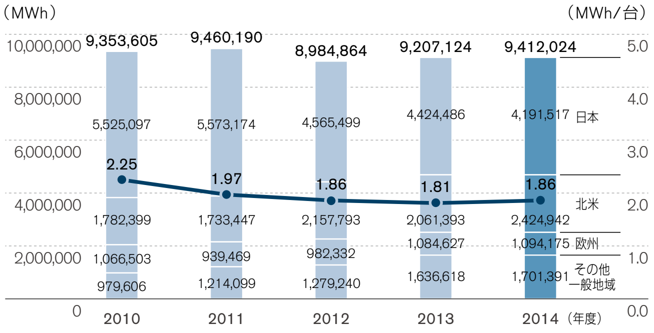
[5] グローバル台当たりCO_2排出量:日産のグローバル生産活動から排出されるCO_2の総量を、日産車のグローバル生産台数で割ったもの

3ウェット(中塗り・上塗り工程統合)塗装技術



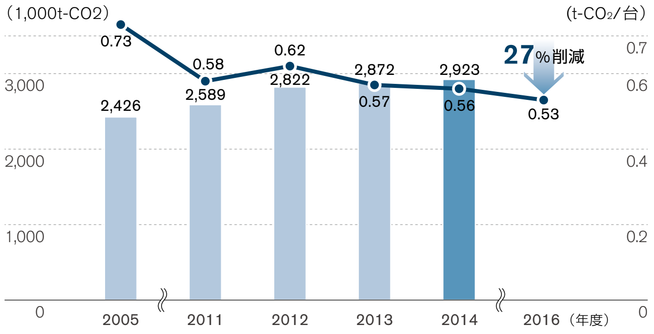
●**オーブン工程**
従来2つあった工程(上図❶❷)を、新技術で中塗り、上塗り(ベースコート、クリアコート)と連続で塗装し1つ(下図❶)にすることでCO_2排出量を削減

エネルギー投入量推移



対象:グローバル日産グループ(連結会社など)

グローバル生産活動からのCO_2排出量推移



対象:グローバル日産グループ(連結会社など)

グローバル生産拠点のエネルギー投入量およびCO_2排出量については第三者保証を受けています。詳細は巻末のCSRデータ集をご覧ください

page_136

物流における効率化とモーダルシフト

日産は、2000年から自社手配のトラックがサプライヤーを回り、必要な部品を引き取る「引取輸送方式」を、海外を含む多くの生産工場で広く採用し、グローバルに効率化を推進しています。また、サプライヤーと共同で納入頻度の適正化や輸送ルートの最適化、梱包仕様(荷姿)の改善に取り組み、積載率の向上とトラック台数の削減を進めています。

また、完成車やサービス部品の分野で取り組んできたOEMとの共同輸送を、2014年より生産用部品の領域にも拡大することで、さらなる効率的な輸送の実現を目指しています。

点数が多く、多種多様な材質・形状をしている自動車部品の荷姿の工夫にも力を入れています。「物流サイマル活動」として、新車の設計開発段階から輸送効率を考慮した部品設計に取り組み、クルマ1台当たりの部品調達荷量を削減することで、輸送量の削減を目指しています。

またコンテナ輸送については、従来より寸法が大きいコンテナ[1]を採用したり、シミュレーションソフトを使ってコンテナ内の無駄なスペースを削減するなど、常に輸送効率の向上を図っています。こうした活動により部品の輸送では、2010年に89.6%だったコンテナ充填率が2014年には94.2%まで向上しています。

[1] 40フィートハイキューブコンテナ

物流手段についても随時見直しを行い、海上輸送および鉄道輸送へのモーダルシフトを推進しています。日本での完成車輸送は、約70%を海上輸送で行っています。関東地区から日産自動車九州株式会社の工場への部品輸送はほぼ全量を鉄道や船舶で行っており、特に船舶へのモーダルシフトについては優良事業者として国土交通省からの認定を取得しています。

海外拠点においては、それぞれの地理的特性を生かした輸送手段を選択しています。輸送先に応じて鉄道や船舶を使い、従来のトラック輸送からの切り替えを推進しています。中国では国内向け完成車輸送に船舶および鉄道を利用する比率を高めています。

また2010年より省エネルギー型自動車運搬船の採用を推進しており、2014年までに5隻の省エネルギー船を導入しています[2]。

[2] 省エネルギー船に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

website

日産は、物流活動がグローバルに拡大する中、効率化とモーダルシフトを推進し、2016年度までに物流におけるCO_2排出量を6%削減(2005年度比、台当たりのCO_2排出量)[3]することを目標としています。2014年度のグローバル台当たりCO_2排出量は約0.39トンとなり、2005年度比で約8.9%の削減となりました。

[3] 日本、北米、欧州、中国での当社生産拠点から販売店への輸送活動において排出されるCO₂の総量を輸送台数で割ったもの

販売会社・オフィスでの取り組み

日産は、日本の事業所および販売会社において、また海外では北米、欧州、中国の各拠点においてCO_2マネジメントを推進し、全体で毎年1%削減することを目指しています。

日本の事業所では給与明細書を電子化しペーパーレスを推進するなど、取り組みの幅を広げています。販売店でも、多くの店舗で高効率空調や断熱フィルム、天井ファン、LED照明などを採用しているほか、店舗によって建て替え時に日中の太陽光を取り込む照明システムや断熱材を取り入れた屋根を採用するなど、省エネルギー活動を継続的に進めています。このほか日産は、特定規模電気事業者（PPS:Power Producers & Suppliers）として、CO_2排出量とコストを考慮しながら環境負荷の少ない電力を調達し、2014年はグローバル本社をはじめとする神奈川県内4事業所[1]へ約6,700kWの電力を供給しています。また販売店に対しては、日産PPSだけでなく他PPSからの供給拡大も推進し、関東、中部、東北、関西、九州地区で約870の販売店に約6万2,000kWの電力(CO_2排出量にして年間約9,900トンの削減)を導入しました。

[1] グローバル本社、相模原部品センター、日産教育センター、日産カスタマーサービスセンター

日産ではCO_2マネジメントのほかにも環境に配慮した取り組みを推進しており、テレビ会議や電話会議の設備を充実させ、また複数拠点で書類を資料として共有できるライブミーティング[2]を活用することで、グローバルに出張を減らし業務効率向上やコスト削減を図っています。

[2] マイクロソフト社によるクラウドコンピューティング型の企業向け商用ウェブ会議サービス

神奈川日産自動車（株）の一部の販売店の屋根に設置した太陽光パネル。得られた電力を日産がPPSとして調達し販売店に供給しています

新たに採掘する天然資源の最小化

鉱物資源や化石資源の需要拡大に伴う資源枯渇やコスト増大への懸念を払拭し、採掘時の環境への影響を低減するために、日産は資源の利用効率を究極のレベルにまで向上させるとともに、再生可能な資源や再生材の採用といった資源の多様化を進めています。

クルマ1台当たりの再生材使用率を25%へ

新興国の経済発展に伴う鉱物資源や化石資源への需要の急速な拡大が継続すれば、2050年には現時点で確認済みの地下鉱物資源がすべて採掘されてしまうという予測も出ています。また現在稼働中の採掘現場や新たな探査現場の一部は、生態系の保全価値が高い地域に位置しており、採掘時の表土掘削や森林伐採、廃水などが与える環境への影響が懸念されています。

このような課題に対応し、限りある貴重な資源を有効に使用するために、日産は新たに採掘する天然資源の量を最小限にとどめていく方針です。具体的には、クルマの生産過程で投入する資源の削減といった従来から取り組んでいる資源の利用効率向上に加え、再生可能な資源や再生材を採用し資源の多様化を促進しています。特に再生材については、「一度採掘した天然資源を、品質を維持しながら活用し続けることで、環境負荷を最小にする」という考えに基づき、2016年度に日本、米国、欧州で生産を開始するモデルでクルマ1台当たりに占める再生材の使用率を25%まで引き上げることを目標に定めています。こうした活動を継続し、新たに使用する天然資源の量を2010年から一定のレベルに保つことを目指しています。

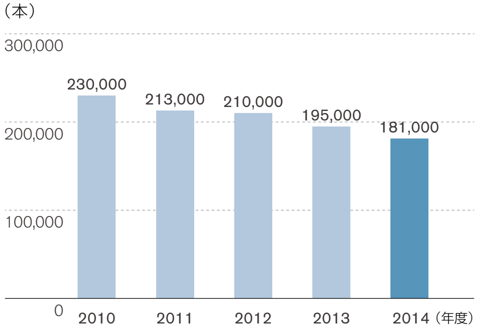
クローズド・ループリサイクルの仕組みを拡大

クローズド・ループリサイクルとは、生産時に発生した廃棄物、スクラップや回収した自社の使用済み製品の部品を、同等のクオリティを維持した材料として再生し、再び自社製品の部品に採用する手法です。この手法により、同じ材料を繰り返し使用できるようになり、製品ライフサイクルにおけるCO_2排出と環境負荷を大幅に低減させることができます。特に日産では、クルマの材料として占める割合が高く、かつ天然資源採掘時の環境への影響が大きく、材料製造時や廃棄時に多くのエネルギーを要する鉄、アルミニウム、樹脂という3つの材料のクローズド・ループリサイクルに注力しています。鉄とアルミニウムについては、生産時に発生する端材を減らす工夫に加え、発生した端材をビジネスパートナーと協力しながら回収し、自動車用の材料に再生することに努めています。さらに使用済み自動車のアルミロードホイールの回収・再生利用を推進しており、2014年度のアルミロードホイール回収実績は年間約2,680トンとなりました。樹脂については、工場で発生する塗装済みバンパーのスクラップを、追浜工場

の塗装済みバンパー再生工程で塗膜を除去して再生しています。これらは新車用のバンパーに生まれ変わり、「日産リーフ」をはじめ、多くの新車に使われています。また、販売会社で交換されたバンパーを再生資源として回収し、アンダーカバーなどの部品の材料として採用しています。2014年度は約18万1,000本のバンパーを回収しています。

クローズド・ループリサイクル

バンパー回収本数推移



リサイクル可能率とリサイクル実効率

日産は、新車の設計段階から「3R」"廃棄物の発生抑制(Reduce)、再使用(Reuse)、再資源化(Recycle)"の視点を取り入れ、クルマのライフサイクル全体で考えた設計・開発を行い、廃棄後の解体のしやすさ、リサイクルのしやすさを考慮したクルマづくりに取り組んでいます。2005年度以降、日本および欧州市場に投入したすべての新型車においてリサイクル可能率95%を達成[1]しています。

[1] 日本は1998年に日本自動車工業会が公表した定義とガイドラインに、欧州はISO22628に基づき算出

一方、使用済み自動車の適正処理とリサイクル実効率向上のために、廃油、廃液や鉛など環境負荷物質の処理方法の確立を目的としたものに始まり、現在は高付加価値材料の再利用をテーマに実証実験や研究を進めています。研究の成果は、解体技術の向上とともに、解体しやすいクルマの設計や材料開発に生かされるよう、開発部門へも随時フィードバックしています。日産は2006年度以降、日本での使用済み自動車のリサイクル実効率95%以上を継続して達成しており、2014年度のリサイクル実効率は99.5%[2]に達しています。

[2] 日産調べ

希少資源の削減

ハイブリッド車や電気自動車(EV)は、製品ライフサイクルでのCO_2排出量がガソリン車に比べて少ない一方、電動化に必要な部品にはレアアースと呼ばれる希少資源が使用されています。レアアースは資源の偏在や需給バランスによる価格変動が懸念されており、その使用量削減が課題となっています。

日産は2012年にジスプロシウム(元素記号:Dy)を従来比で40%削減したEV用モーターを開発して「日産リーフ」に採用。さらに、ハイブリッド車にもジスプロシウムを削減したモーターの採用を順次開始しました。また駆動用モーター以外の部品では、ジスプロシウムの使用量が最終的にゼロとなるよう、技術開発を進めていきます。

日産は、他のレアアースについても、使用量の削減および適正化を進め、新車への採用を順次進めています。2016年度までにレアアースの年間総使用量を2011年度比で約30%削減する計画です。

廃棄物対策を徹底

日産は、生産過程における3R活動を積極的に推進し、廃棄物の発生源対策と徹底した分別による再資源化に努めています。日本では2010年度末よりすべての生産拠点(5工場、2事業所および連結5社)が、メキシコではアグアスカリエンテス第1工場が2011年から生産段階での再資源化率100%を達成しており、グローバルで各国の自動車業界のトップレベルを目指した活動に取り組んでいます。

輸出入部品の梱包資材として使用される木製パレットやダンボールの削減にも力を入れています。20年以上前から折り畳み式プラスチック容器を、30年以上前から折り畳み式鉄製容器を海外拠点間の部品物流に採用し、リターナブル容器[1]として繰り返し使用しています。また、アライアンスパートナーのルノーとともに、グローバル標準のリターナブル容器の採用も拡大しています。近年は開発段階から形状を最適化する物流サイマル活動により、梱包資材の削減に貢献しています。

[1] リターナブル容器:部品梱包用の容器を部品納品後に発送元に返却し、繰り返し使用できるようにした容器。日産は返却時の輸送効率に配慮し、折り畳み構造を採用

こうした取り組みを通じて、生産工場からの廃棄量を日本で年2%、グローバルで年1%削減する計画[2]です。

[2] 2011年度の状況から特段の対策をとらなかった場合(BAU)と比較。詳細は巻末のCSRデータ集をご覧ください

▸▸ page_120

「ニッサングリーンパーツ」を販売

使用済み自動車の部品や、修理の際に交換した部品の中には再生可能なものが含まれています。日産ではこれらを回収し、適切な品質確認を行ったうえで、修理用のリサイクル部品「ニッサングリーンパーツ」として販売会社で市販しています。ニッサングリーンパーツには、洗浄して品質を確認した「リユース(中古)部品」と、分解整備を施して消耗部品を交換した「リビルト(再生)部品」の2種類があります。

「ニッサングリーンパーツ」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

▸▸ website

水リスクの管理

世界的な人口増加や経済発展による水使用量の増加に加え、気候変動による氷河の減少や降水量の変化により、水資源への対策は年々重要な課題となっています。

日産のクルマおよび部品を製造する工場は世界各地に点在しており、いずれも生産に伴い多くの水を使用していることから、すべての生産工場で水使用量の管理・削減への取り組みを進めており、生産台数当たりの水使用量を2016年度までに2010年度比で15%削減する計画[*]です。水使用量削減に向けて、インドのチェンナイ工場では雨水利用を目的にため池を整備し、インドのチェンナイ工場、中国の花都工場、日本の追浜工場などでは排水のリサイクル設備を導入しています。また水使用量削減のためのベストプラクティスをグローバルに展開するなどの取り組みを実施しています。

[*] 詳細は巻末のCSRデータ集をご覧ください

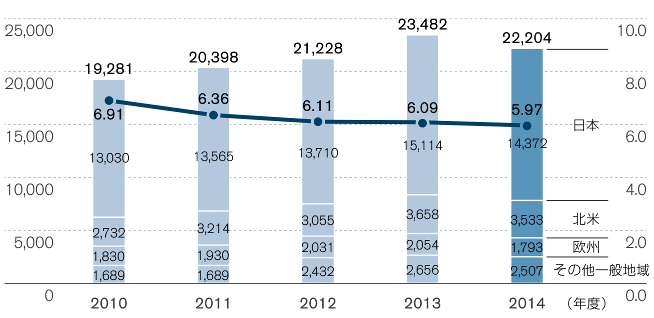
▸▸ page_117

このほか日本のグローバル本社では、雨水・雑排水・厨房排水を処理後、トイレの洗浄水および一部植栽への散水に利用するなどして、水使用量削減に努めています。

排水時のクリーン化を徹底

日産の各工場では、廃水処理の徹底を推進しています。メキシコのアグアスカリエンテス第1・2工場では、廃水処理した水を敷地の緑地維持に活用し、敷地外への排水ゼロを実現しています。日本の工場では、油などが流出するという万が一の場合に備えて、廃水処理施設の排出口に水質センサーを取り付け、水質の異常が検知された場合は自動的に敷地外への排水を停止させるシステムを導入し、水質汚濁防止を強化しています。

排水量



環境マネジメントの推進

日産は、グローバルに環境マネジメントシステムの導入を推進しています。また、連結企業、販売会社やサプライヤーとも連携し、サプライチェーン全体での環境負荷低減に取り組んでいます。

環境マネジメントの推進・強化

日本においては、2011年1月にグローバル本社をはじめ、研究開発、生産、物流などすべての主要拠点、および製品開発プロセスにおいて環境マネジメントシステムISO14001の統合認証を取得し、環境統括者が直接環境活動を管理・推進する体制を構築。確実にPDCAを回し、環境パフォーマンスを改善しています。環境統括者が定めた全社での統一目標は、地区事務局を通して事業所ごとに従業員に共有されています。また全社を統括するISO事務局と、各事業所や部門での活動内容や従業員からの提案を束ねる地区事務局が月に1回以上協議し、目標に対する進捗の確認、ベストプラクティスの水平展開、マネジメントシステムの改善、次年度計画の立案、事業所や部門からの要望の吸い上げなどを行います。協議された内容や提案などは年2回（うち1回はマネジメントレビューにて）、環境統括者に報告し、改善につなげています。

一方、マネジメントが適切に機能していることを確認するために、第三者機関による外部審査のほか、内部監査による「環境システム監査」および「環境パフォーマンス監査」を毎年実施し、PDCAに基づいた取り組みの強化を図っています。

海外では主要生産工場ごとにISO14001を取得しており、今後新規に事業展開する地域についても、同様の基準で環境マネジメントシステムを導入する方針です。

日産の商品開発ポリシー

日産は、環境問題に対して積極的に取り組み、リアルワールド（現実の世の中）での環境負荷を誠実に低減し、そしてお客さまに革新的かつ最適な商品やサービスを提供し、持続可能なモビリティ社会の発展に貢献する「シンシア・エコイノベーター」を目指しています。そのため、従来の経営指針「QCT」"品質（Quality）、コスト（Cost）、納期（Time）"に"環境"を加えた「QCT・Environment」を導入したグローバルな環境管理方針を策定し、日産の全事業においてパフォーマンスの目標を定めています。

日産は、中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム2016（NGP2016）」の期間中、毎年、基礎研究および先行開発予算の7割を環境技術開発に投資します。またアライアンスパートナーであるルノーとともに、プラットフォームとモジュール部品を共有する「コモン・モジュール・ファミリー（CMF）」という手法の採用を推進し、削減されたコストを、先進的環境技術をはじめとする新技術への投資に充てる方針です。

従業員の環境意識の向上に向けて

日産の環境活動を支えるのは、従業員一人ひとりの環境知識や意識、そして力量です。日産はISO14001の活動の一環として、従業員および事業所や工場で働く協力会社の従業員を対象に、「NGP2016」に基づくCO_2、エネルギー、水、廃棄物の削減や、有害物質の管理を含む環境事故防止についての教育を実施しています。また工場では、環境負荷削減を実現する力量の継続的な向上のために、教育や訓練に加え各従業員の定量評価を行い、人財を育成しています。訓練内容は、常に必要な力量が身に付くよう年1回見直しをしています。

日本では、自動車産業を取り巻く環境課題や「NGP2016」の理解を促進させるために、入社時オリエンテーションや管理職および中堅クラス向けのセミナーといった日産独自のカリキュラムによる教育や、役員とのタウンホールミーティングを実施しています。また環境への取り組みの最新情報などをイントラネットや社内報*、社内ケーブルテレビを通じて発信し、従業員との共有を図っています。従業員は、一人ひとりの環境行動を「環境方針カード」に記載し携帯しています。

海外でも、イントラネットでの情報共有はもちろん、ビデオやイベントなど地域に合ったツールや機会を活用しながら啓発活動や従業員との情報共有を図っています。

* 社内報「NISSAN NEWS」を毎月約3万部発行、従業員だけでなく定年退職した元従業員にも配布

従業員による活動と評価制度

日産では、2008年度よりQCサークル活動の項目に「環境」を加え、環境改善に向けた従業員の積極的な提案を採用する仕組みへと発展させています。またQCサークルでの活動は、中期経営計画「日産パワー88」*の達成にも貢献することを役員から伝え、従業員の積極的な参画や行動を促進しています。従業員からの提案は、QCサークルを統括する役員および事務局により環境改善への貢献レベルやその他基準に応じて評価され、実行されます。

website
* 「日産パワー88」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

また、現場の知識やスキルのベストプラクティスをマニュアル集にまとめ、グローバル拠点で共有し環境負荷を削減しています。冷却用水の効率的な利用システムはこうしたベストプラティスの共有から生まれたものです。さらに、日本では6月の環境月間に水使用量削減のアイデアコンテスト、10月の3R推進月間には廃棄物削減のアイデアコンテスト、2月の省エネルギー月間には省エネコンテストを開催しています。こうしたプログラムは、従業員の積極的な環境活動への参加を支えています。

日産は、従業員による環境改善活動をその貢献度合いによりさまざまな方法で評価する仕組みを採用しています。まず、日本国内および海外拠点の一部では、従業員の年間業務目標である「コミット&ターゲット」に環境改善活動が組み込まれ、目標に対する達成度合いに応じて評価され、賞与の業績連動部分にも反映されます。また、CEOなどの役員から授与される「日産賞」、工場長から授与される「工場長賞」のほか、優れた活動や功績に対して管理職から授与される「サンクスカード」を通して、環境改善につながる活動を表彰しています。

連結製造会社との協働

国内外の主要連結製造会社においては、ISO14001の認証を取得し運営することはもちろん、各社の環境方針に基づいた環境活動を推進しています。さらに「NGP2016」達成に向け協働するために、日本国内の主要連結会社との定期情報交換会を実施し、「NGP2016」の詳細内容と各社の環境への取り組みを共有しています。

販売会社との協働

日本の販売会社では、ISO14001認証をベースとした日産独自の環境マネジメントシステム「日産グリーンショップ」認定制度を導入し、半年に一度、販売会社自らが内部審査を行うとともに、日産自動車株式会社による1年ごとの「定期審査」、3年ごとの「更新審査」を通じて、継続的な環境マネジメントシステムの維持に努めています。2015年3月末時点で部品販売会社を含む全販売会社158社の店舗約2,700店を認定しています。

また日産は、毎年実施している「販売会社満足度調査」により、環境技術車をはじめとした日産の環境への取り組みに対する要望や、お客さまからの反響などを販売の現場から集約し、改善に向けたアクション検討に役立てています。この結果を各販売会社の社長で構成される販売会社代表者会議において報告し、全販売会社とともにPDCAを回しています。

サプライヤーとの協働

日産は、ルノーの購買部門とともに「The Renault-Nissan Purchasing Way」や「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」に基づき、サプライチェーンへのCSR・法令順守の周知徹底を、また環境面では「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」に基づき、サプライチェーン・マネジメント*を行っています。

▶▶ page_76

* サプライチェーン・マネジメントの詳細を掲載しています

サプライヤーとともにサプライチェーン上流工程における環境負荷の把握と低減を促進するため、サプライヤー各社のCO_2排出や水使用等の実績や目標について年1回定期的な調査を実施しています。2014年度は企業の環境影響や戦略を開示するためのグローバルなシステムを運営している国際環境NPO「CDP」と協働し、サプライヤーの環境影響を把握しました。また、プロジェクトごとにサプライヤーを選定する際には、環境負荷物質管理や環境マネジメント体制に関する質問書の提出を義務付けています。さらに、サプライヤーに対して「NGP2016」の定期的な説明会を実施し、目標やアクションプランのほか、環境への負荷に対する認識の共有を図っています。

環境に関する情報開示を充実

気候変動や資源課題などに対して、企業がどのようにリスクを管理し取り組んでいるかについては、幅広い情報開示が求められています。日産は、ウェブサイトにおいて、投資家や格付け機関、専門家などのステークホルダー向けに、「GRIガイドライン」*に沿ったCO_2や廃棄物などの排出量、エネルギー、水、材料など資源の使用量などの環境パフォーマンスに関する詳細情報の開示を充実させています。また環境への取り組みに関する説明会を実施するなど、対外コミュニケーションにも力を入れています。

* NGO「グローバル・リポーティング・イニシアティブ(GRI)」が発行する、環境・社会・経済的な発展に向けた方針策定、計画立案、具体的取り組みなどの状況報告・開示を企業に促進するための国際的なガイドライン

日産は、CDPが実施する気候変動への取り組みに関する大企業を対象としたグローバルな調査「CDPクライメート・チェンジ・プログラム」において、環境に関する透明性の高い情報開示を行ったことが評価され、満点の100ポイントを取得。「気候変動情報開示先進企業（CDLI：Climate Disclosure Leadership Index）」に選定されました。また、生産工程におけるCO_2排出量削減のための確実な取り組みも評価され、最高評価であるAランクの評価を得て「気候変動パフォーマンス先進企業（CPLI：Climate Performance Leadership Index）」に選定されました。

環境負荷物質を高い自主基準で低減

材料における環境負荷物質については、欧州ELV指令（使用済み自動車に関する指令）や、2007年6月から欧州で施行された化学品に関するREACH規制[1]、また日本の「化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律（化審法）」など、各国で環境負荷物質の使用制限強化が求められています。また日本自動車工業会は、車室内で発生する可能性があるホルムアルデヒドやトルエンなどの揮発性有機化合物（VOC[2]）を最小化するために、2007年4月以降に日本国内で生産・販売する新型乗用車から、厚生労働省が定めた指定13物質に対して指針値を満たすことを自主目標に掲げています。

[1] REACH規制：Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals
[2] VOC：Volatile Organic Compounds
揮発性を有し、大気中で気体状となる有機化合物の総称

日産は、環境負荷物質の管理強化、計画的な削減、および代替を推進しており、科学的にハザード（危害要因）が認定された、またはそのリスクが高いと考えられる物質や、NGOがリスクを指摘している物質などを含めて検討した、日産独自の物質使用方針を2005年に制定しました。2007年よりグローバルに展開し、各国の法規よりさらに厳密な統一的基準で環境負荷物質の使用を制限しています。使用を禁止または管理する化学物質については日産技術標準規格「特定物質の使用に関する制限」にて規定し、開発初期段階から日産車に使用される原材料、部品、用品のすべてに適用されています。例えば、2007年7月以降にグローバル市場に投入した新型車[3]から、重金属化合物4物質（水銀、鉛、カドミウム、六価クロム）および特定臭素系難燃剤PBDE[4]類の使用を禁止もしくは制限しています。車室内VOCについても、日本自動車工業会の自主目標を日産のグローバル基準とし、シートやドアトリム、フロアカーペットなどの部材や接着剤の見直しを行い、順次低減に努めています。

[3] OEM車を除く
[4] PBDE：ポリブロモジフェニルエーテル

日産技術標準規格「特定物質の使用に関する制限」は、グローバルの化学物質法規の動きと日産の自主基準物質の追加に基づいて、毎年改定しています。この規格は、各国自動車メーカー、部品サプライヤー、材料メーカーが共同で発行した化学物質リスト「Global Automotive Declarable Substances List（GADSL）」に新たに追加された禁止・管理物質と整合性をとっています。

日産はサプライヤーとともに、社内とサプライチェーンで情報伝達と管理の仕組みを構築して運営しています。例えば欧州で生産・輸入する車や部品については、REACH規制の適合のため情報提供や官庁への登録・届出を行い、CLP規制[5]にも対応しています。

[5] CLP規制：Classification, Labelling and Packaging of Substances and Mixtures

LCA手法を活用した環境負荷の低減

日産ではライフサイクルアセスメント（LCA：Life Cycle Assessment）手法を用い、クルマの製造に必要な原料採掘の段階から、製造、輸送、使用、廃棄に至るすべての段階（ライフサイクル）において環境負荷を定量的に把握し、総合的に評価しています。また、新規導入技術についてもLCA評価を行い、より環境に配慮したクルマの開発に取り組んでいます。

「日産リーフ」は、日本の同クラスのガソリン車と比べ、ライフサイクルにおけるCO_2排出量を約40％削減できるとの結果[*]について、2010年にLCA評価機関である社団法人産業環境管理協会による第三者認証を受けています。

また日産は、2013年12月、LCAの算出手順についてドイツのテュフラインランドによる第三者認証を受けました。この認証は、ISO14040/14044の規格に基づいており、商品ライフサイクルにおける日産の環境負荷の算出手順を保証するものです。現在日産は、認証を受けた算出手順に基づき、新型車のLCA評価を実施しています。同時に新技術による環境負荷削減や製造工程の効率化などを進め、新車のライフサイクルにおけるさらなるCO_2排出量削減を目指します。

page_133
[*] 「日産リーフ」のライフサイクルにおけるCO_2排出量の詳細は巻末のCSRデータ集をご覧ください

テュフラインランド認証書

TÜVRheinland

Certificate

The Certification Body of
TÜV Rheinland LGA Products GmbH

hereby certifies that the organization

Nissan Motor Co., Ltd.
Technical Center
560-2 Okatsukoku, Atsugi-shi
KANAGAWA 243-0192
JAPAN

has accomplished a survey for the following scope:

LCA methodology of Nissan Motor Co., Ltd. for vehicles

Proof has been provided that the requirements specified in

DIN EN ISO 14040/11.09
DIN EN ISO 14044/10.06

are fulfilled.

Certificate Registration No.: CO 60090663 0001
Review No.: 21209386 001
This Certificate is valid until: 11.12.2015

Certification Body

Date 11.12.2013

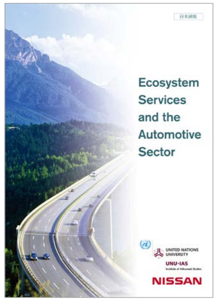
Dipl.-Ing. R.M. Müller

TÜV Rheinland LGA Products GmbH - Tillystraße 2 - 90431 Nürnberg

大気・水・土壌・生物多様性の保全

国連が提唱した「ミレニアム生態系評価」の報告書は、過去50年間に世界の生態系の劣化がかつてないほどの速度と規模で進行していると指摘しています。生態系は食料や淡水の供給、気候の調節や自然災害からの保護など多くのサービス（生態系サービス）を生み出し、私たち人類に多大な恩恵をもたらしています。企業も、自らの活動が生態系へ及ぼす影響とともに、生態系がもたらす恩恵への依存をあらためて認識し、企業活動において環境保全と経済性を両立させることが喫緊の課題となっています。日産は「企業のための生態系サービス評価」[1]の手法を用いて、材料資源の採掘から車両生産、車両走行などのバリューチェーンを対象に評価した結果、自動車メーカーとして優先すべき重点領域として「エネルギーの調達」「材料資源の調達」「水資源の利用」の3領域を特定しました。またその成果を報告書「Ecosystem Services and the Automotive Sector」[2]にまとめ、2010年に発表しています。2013年6月には、上流工程における水資源の利用が、日産における水使用量の20倍以上に上ることを試算するなど、ビジネス上のリスクとチャンスを認識したうえで、従来の環境への取り組みをあらためて評価・発展させながら取り組んでいます。

[1] 国連のミレニアム生態系評価に基づき、世界資源研究所が世界経済人会議とメリディアン・インスティテュートとの協力のもとに作成



website

[2] 「Ecosystem Services and the Automotive Sector」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

「日産ゼロ・エミッションファンド」で森林保全

日産は2012年、「日産リーフ」の走行により削減されたCO_2排出量を活用した「日産ゼロ・エミッションファンド」を立ち上げました。「日産ゼロ・エミッションファンド」では、「日産リーフ」オーナーなどの参加者が「日産リーフ」を運転したことで削減されたCO_2排出量[*]を集約し、経済産業省・環境省・農林水産省が運用する「J-クレジット制度」を通じて資金化します。そしてその資金を、日本のきれいで豊かな水を支える森林の保全や、さらなる電気自動車の普及につながる充電設備等の拡大に活用します。

[*] 「日産リーフ」の走行により、同じサイズのガソリン車走行時と比較して削減されたCO_2排出量

2014年11月には、この資金を利用し、森林保全団体である一般社団法人モア・トゥリーズと協働して、山梨県小菅村の「リーフの森」にて森林整備を実施しました。

森林の中に光を取り入れるための枝打ちを実施
（山梨県小菅村の「リーフの森」）

排出ガスのクリーン化に向けて

日産は早くから厳しい自主規制や目標を設定し、「大気並みにクリーンな排出ガス」を究極の目標に、よりクリーンな燃焼を行うための技術改善や排出ガスを浄化する触媒などの開発に取り組み、各国の排出ガス規制に適合したクルマを早期に投入してきました。そして現在まで継続して、実効性の高い最先端の排出ガス低減技術を採用したクルマをより手ごろな価格で提供することにより、社会全体の環境負荷低減につなげることに努めています[1]。

▸▸ page_131
[1] 各地域での排出ガス規制対応状況を掲載しています。詳細は巻末のCSRデータ集をご覧ください

例えば米国では、2000年1月に発売した「セントラCA」が、SULEV排出ガス基準、燃料系統からのエバポ(燃料蒸発ガス)排出ゼロ基準、排出ガス制御システムの車載故障自己診断装置(OBD)[2]搭載や15万マイル(または15年)排気保証といった、カリフォルニア州大気資源局が制定する排出ガス基準値をすべて満たし、ガソリン車としては世界で初めてPZEV[3]に認定されました。

[2] OBD:On-Board Diagnostic Systems
[3] PZEV:Partial Zero Emission Vehicle
米国カリフォルニア州大気資源局が制定

また日本では、2000年8月に発売した「ブルーバードシルフィ」がU-LEV[4]の認定を、また2003年にはSU-LEV[5]の認定を、それぞれ国内で初めて取得しました。

[4] U-LEV:Ultra-Low Emission Vehicle
2005年より施行されている排出ガス規制「新長期規制」の適合車より、窒素酸化物(NOx)と非メタン炭化水素(NMHC)の排出量を50%低減したクルマ
[5] SU-LEV:Super Ultra-Low Emission Vehicle
2005年より施行されている排出ガス規制「新長期規制」の適合車より、NOxとNMHCを75%低減したクルマ

さらに、世界で最も厳しい排出ガス規制のひとつである「ポスト新長期規制」[6]が2009年より日本で適用開始となりましたが、日産は「エクストレイル 20GT」を2008年に投入し、世界で初めて適合しています。「エクストレイル 20GT」は、粒子状物質などを捕集・除去するディーゼル・パーティキュレート・フィルター、NOx吸着触媒、酸化触媒などの技術や、ルノーとのアライアンスのもと開発したクリーンディーゼルエンジン「M9R」を搭載し、従来のディーゼル車の課題であった排出ガスのクリーン化を克服し、高いエネルギー効率とCO_2排出量削減を実現しています。2010年には6速オートマチック・トランスミッション(マニュアルモード付)を搭載した「エクストレイル 20GT」を発売しています。

[6] ポスト新長期規制:「新長期規制」に対し、NOxで47%減、粒子状物質(PM)で64%減の規制値(ディーゼル乗用車車両重量1,265kg超)。2009年10月から新型車に適用。継続生産車・輸入車は2010年9月から適用

また、渋滞緩和など、都市の交通環境をITSの活用により改善する活動を通じて、大気の質の改善にも取り組んでいます[7]。

▸▸ page_34
[7] ITSの取り組みに関する詳細を掲載しています

工場からの排出ガス管理

日産は、生産工場において、大気汚染物質に関する管理基準と仕組みを徹底し、使用量と排出量をともに低減する活動に取り組んでいます。また、各国それぞれの法規に対しても、より高いレベルでの対応を目指しています。

日本では、大気汚染物質として窒素酸化物(NOx)、硫黄酸化物(SOx)の排出に関して厳しい対策を推進し、1970年代に比べそれぞれ4分の1の排出量にまで低減しています。また、塗装工程の熱源となるオーブンやボイラー設備への低NOxバーナーの採用や、使用する燃料を重油や灯油などからSOx排出量の少ない燃料へ転換するなど、NOxやSOxの排出濃度を低減してきました。

現在の課題は、クルマの生産工程から排出される化学物質のうち、9割を占める揮発性有機化合物(VOC)の低減です。日産は各国の法規制化に先駆けて、洗浄用シンナーなどの回収率を上げて工場外への排出量を減らすとともに、廃シンナーのリサイクル率向上を計画的に進めています。同時にVOC排出量を20g/m^2以下に抑える水系塗装ラインへの切り替えを推進しており、日産自動車九州株式会社の工場をはじめ、メキシコのアグアスカリエンテス第1・2工場、ブラジルのレゼンデ工場、米国のスマーナ工場、中国の花都工場などへ導入しています。VOC排出量については塗装面積当たりの排出量を2016年度までに2010年度比で15%削減することを目標に掲げています。

ステークホルダーからのメッセージ

「環境・交通先進都市」を目指して

日本の首都圏における流通・業務機能を担う拠点都市の1つである厚木市には、日産自動車のクルマづくりの拠点施設が2箇所あります。そこでは、世界トップクラスの最先端の技術を駆使した研究・開発が進んでおり、2010年には世界初の量産型電気自動車「日産リーフ」が誕生しました。日産の知識や経験、そして卓絶した先進技術が詰まった本市発の「日産リーフ」は、世界中で愛されている電気自動車です。私にとっても大変愛着がある自動車であると同時に、厚木市で生まれたことに大きな誇りを感じております。

2013年11月、市民、企業、行政の協働による新しいまちづくりを推進するため、厚木市と日産は「グリーンモビリティ・プロジェクト協定」を締結しました。この協定に基づき、市民・企業・行政が連携した新しいまちの実現を目指し、次世代自動車の開発及び普及促進、環境に配慮したまちづくりを推進しています。充電インフラの整備や、地域の新たな移動の足として注目されている「超小型モビリティ」の実証実験など、「環境・交通先進都市」を目指し、様々な取り組みを展開しています。また、教育分野においては、低公害車（エコカー）の仕組みを通して環境教育を行う「日産わくわくエコスクール」を、全ての市立小学校で実施するなど、子どもたちの教育環境の向上に尽力いただいていることに対して、心から感謝申し上げます。

日産は、厚木市が世界に誇る貴重な財産です。厚木市を拠点とした次世代自動車の更なる研究・開発が、ますます進展していくことを期待しています。これからも協定による市民を交えた取り組みを様々な分野に広げていき、新たなライフスタイルやビジネスモデルの提案などの先進的な可能性を力を合わせて追求していきたいと考えています。

神奈川県 厚木市長
小林 常良氏

安全

クルマが広く普及したことで私たちの暮らしは大きく変わり、多くの人々がモビリティによる自由や利便性、そして運転する楽しさを享受しています。世界的な都市化や高齢化の進行など、社会は大きな転換期を迎えていますが、クルマはそうした変化に伴う課題を解決するための一助となります。

日産は"走る楽しさと豊かさ"を体現するクルマづくりに取り組む一方で、リアルワールド(現実の世の中)における高い安全性を最優先に考えています。

交通事故の原因の9割以上が人為的ミスといわれる中、日産が目指しているのは、日産車がかかわる死亡・重傷者数をゼロにすることです。この目標の実現に向けて、クルマそのものの安全性向上はもちろん、ドライバーや歩行者、さらにはクルマを取り巻く多くの人々に安全意識を高めてもらうための啓発活動に幅広く取り組んでいます。

日産車がかかわる交通事故における死亡・重傷者数の1995年比低減率

〈2013年／日本〉

61%減少

安全

CSRスコアカード

2014年度目標に対する達成度　✓✓：達成　✓：ほぼ達成　×：未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」ごとの活動の進捗状況を確認し、レビューを行っています。ここでは「CSRスコアカード」のうち、日産が現在実行している事業活動の価値観や管理指標についてご紹介します。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2013年度実績	2014年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
技術の革新、安全運転の啓発活動による安全なクルマ社会の実現	日産車がかかわる交通事故死亡者数などの定量的低減目標を設定し、リアルワールドでの自己分析をもとに安全なクルマづくりと安全啓発活動を行う	日産車がかかわる交通事故における死亡・重傷者数の1995年比低減率 *公共データをもとに算出するため、実績の把握は当該年度の約2年後	日本：61%減少 米国：54%減少 欧州（英国）：63%減少 * 2013年12月末時点	（データが公表され次第、集計予定）	–	安全技術の開発を推進する	究極の目標として、日産車がかかわる交通事故における死亡・重傷者数ゼロを目指す

GRI G4 Indicators
G4-PR1

安全への取り組み

安全に対する日産の方針は、リアルワールド(現実の世の中)における安全性を追求することであり、日産は「交通事故のない社会」の実現を目指しています。日本では2014年の交通事故死亡者数が4,113人となり、14年連続で減少しました。しかし世界保健機関(WHO)は、世界全体で毎年約124万人が交通事故で命を落としており、今後緊急に対策をとらなければ2030年までには死亡原因の5位になると予測しています。

日産は、日産車がかかわる死亡・重傷者数を2015年までに1995年比で半減させることを目指してきましたが、日本、米国、欧州(英国)ではすでに達成しており、現在は、2020年までに日本、米国、欧州(英国)でさらに半減させるという高い目標に向かって活動を続けています。死亡・重傷者数を実質ゼロにすることが、究極の目標です。

交通事故を低減させ、日産の掲げた目標を実現するには、クルマの安全技術を進化させ、その機能を多くのクルマに適用・拡大するのはもちろん、人や交通環境も含む総合的な取り組みが必要です。真に安全なクルマ社会の構築に貢献するため、日産は「クルマ」「人」「社会」という3つの階層に取り組む「トリプルレイヤードアプローチ」を推進しています。

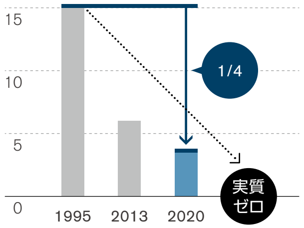
日産の究極の目標:

日産車のかかわる死亡・重傷者数を実質ゼロにする

日産の取り組み:

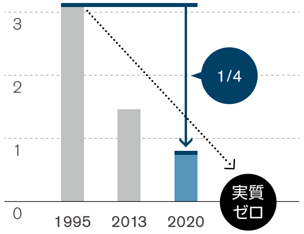
「クルマ」「人」「社会」という3つの階層に取り組む「トリプルレイヤードアプローチ」

日本 日産車1万台当たりの死亡・重傷者数



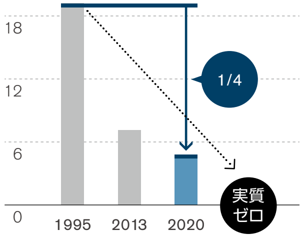
出所:公益財団法人交通事故総合分析センター

米国 日産車1万台当たりの死亡者数



出所:Fatality Analysis Reporting System

欧州(英国) 日産車1万台当たりの死亡・重傷者数



出所:STATS19 data, U.K. Department for Transport

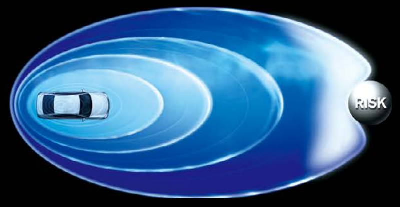
クルマ：安全技術開発への取り組み

「セーフティ・シールド」という独自の考え方のもと、日産ではできるだけドライバーを危険に近づけないようにクルマが支援する技術開発を進めています。また、万が一衝突が避けられないときも、被害を軽減する技術を提供しています。

安全技術コンセプト「セーフティ・シールド」

日産は、クルマが人を守るという独自のコンセプト「セーフティ・シールド」を基本に、安全技術の開発を進めています。これは、クルマが置かれている状態を「危険が顕在化していない」「危険が顕在化している」「衝突するかもしれない」「衝突が避けられない」「衝突」「衝突後」の6段階に分けて捉え、各状況に応じてクルマが人を守るさまざまな技術の開発を進めていくという考え方です。

危険が顕在化していない ▪ ディスタンスコントロールアシスト（インテリジェントペダル） ▪ インテリジェントクルーズコントロール（全車速追従・ナビ協調機能付） ▪ アクティブAFS ▪ アラウンドビューモニター	いつでも安心して運転できるようドライバーをサポートする技術
危険が顕在化している ▪ プレディクティブフォワードコリジョンワーニング ▪ レーンデパーチャーワーニング ▪ レーンデパーチャープリベンション ▪ ブラインドスポットワーニング ▪ ブラインドスポットインターベンション ▪ バックアップコリジョンインターベンション	危険な状態になりそうなときも安全な状態に戻すようドライバーをサポートする技術
衝突するかもしれない ▪ エマージェンシーブレーキ ▪ ABS（アンチロックブレーキシステム） ▪ VDC（ビークルダイナミクスコントロール）	
衝突が避けられない ▪ インテリジェントブレーキアシスト ▪ 前席緊急ブレーキ感応型プリクラッシュシートベルト	万が一衝突が避けられないときに被害を最小限にとどめる技術
衝突 ▪ ゾーンボディ ▪ SRSエアバッグシステム ▪ ポップアップエンジンフード	
衝突後 ▪ エアバッグ展開連動ハザードランプ	



日産の安全技術の拡充と獲得した外部評価（2014年度）

- 2015年1月に、「エマージェンシーブレーキ」の採用車種を拡大し、2015年度中には、日本で発売している電気自動車、商用車を含むほぼすべてのカテゴリーに搭載を完了すると発表
- 日本では、自動車アセスメント（JNCAP）の予防安全性能評価にて「スカイライン」「エクストレイル」「ノート」が、最高評価となるJNCAP「先進安全車プラス（ASV+）」を獲得
- 米国では、米国新車アセスメントプログラム（US-NCAP）にてインフィニティ「Q50」、日産「アルティマ」が、米国道路安全保険協会（IIHS）にてインフィニティ「Q50」、インフィニティ「Q70」、日産「ローグ」が最高評価を獲得
- 欧州では、欧州新車アセスメントプログラム（ユーロNCAP）にて日産「エクストレイル」「キャシュカイ」「パルサー」が最高評価を獲得

“ぶつからないクルマ”の実現に向けて

どんな運転環境にも必ずリスクがあります。日産は、リスクの芽をクルマがあらかじめ察知し、ドライバーに危険を知らせ、緊急時にはシステムが介入して事故を未然に防ぐ、予防運転安全技術の開発を通じて、より安全な運転をサポートします。日産の「セーフティ・シールド」をクルマの前方だけではなくサイドや後方にも広げた360度「ぶつからないクルマ」が、日産の目指す全方位運転支援システムです。

世界中すべての人に最適なモビリティを提供することを目標に掲げている日産は、安全技術を適用・拡大することも自動車メーカーとしての使命だと考えています。

インフィニティ「Q50」（日本名：「スカイライン」）に搭載された日産初の*全方位運転支援システム

* 前方、側方、後方、全方向での安全性能を高めた運転支援システムが日産初（2013年11月現在 自社調べ）

エマージェンシーブレーキ

新型ミリ波レーダーで前方車両との衝突の危険を察知すると、ディスプレイ表示やブザーに加え、アクセルペダルの反力と緩やかなブレーキングによる直感的な警報でドライバーに回避操作を促します。それでもドライバーが回避操作を行わない場合には、緊急ブレーキを作動させて衝突を回避、または被害を軽減します。

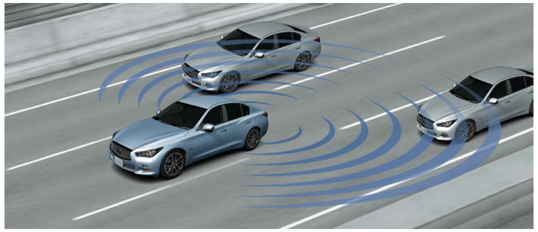
プレディクティブフォワードコリジョンワーニング

2台前を走る車両との車間距離・相対速度を新型ミリ波レーダーでモニタリング。自車からは見えない前方の状況の変化を検知し、減速が必要と判断した場合には、ディスプレイ表示とブザーによる警報でドライバーに注意を促します。

世界初となるプレディクティブフォワードコリジョンワーニング

ブラインドスポットワーニングとブラインドスポットインターベンション

車両後部の左右に設置したサイドセンサーで、死角になりやすい後側方の隣接レーンに位置する車両を検知。サイドミラー横のインジケーターで知らせます。隣接レーンに車両がいるにもかかわらずドライバーがレーンチェンジを開始すると、接触を回避するよう運転操作を支援します。



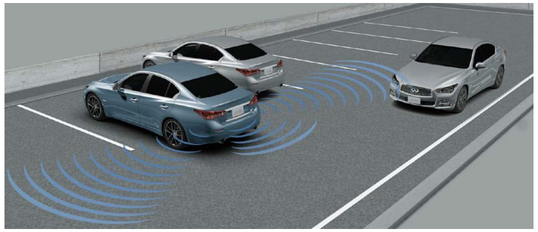
ブラインドスポットワーニングとブラインドスポットインターベンション

レーンデパーチャーワーニングとレーンデパーチャープリベンション

ルーフコンソールに配置されたカメラで、自車前方のレーンマーカーとの相対位置を検出し、車両が車線から逸脱する可能性があるとシステムが判断した場合には、表示とブザー音で注意を喚起（レーンデパーチャーワーニング）、車両が車線内にとどまることを促す力を発生させ、ドライバーの操作を支援します（レーンデパーチャープリベンション）。

バックアップコリジョンインターベンション

車両後部の左右に設置したサイドセンサーと車両後部のソナーにより、後方を横切る車両を検知。サイドミラー横のインジケーターやバックビューモニターのディスプレイ上の表示と音でドライバーの注意を喚起します。さらにドライバーが後退しようとした場合、アクセルペダルの反力や自動ブレーキなどによる直感的な警報でドライバーに伝え、接近する車両との接触を回避するよう運転操作を支援します。



世界初となるバックアップコリジョンインターベンション

アラウンドビューモニター（MOD［移動物検知］機能、駐車ガイド機能）

駐車時などで車両を上から見下ろす視点で周囲を表示します。さらに周囲の移動物を検知し、アラウンドビューモニターのディスプレイ上の表示と音でドライバーの注意を喚起します。

予防安全技術から自動運転技術へ

事故を回避するために必要な、認知・判断・操作という基本的な3つのステップすべてを支援する予防安全技術の機能を拡充し、さらなる進化を目指したのが自動運転技術です。日産は、「交通事故ゼロ」の実現には、事故原因の9割以上といわれる人為的ミスをクルマがサポートする自動運転技術が有効であると考えています。

レーザースキャナーとカメラを搭載した自動運転技術の実験車両「Autonomous Drive」は、周囲360度の状況を常に把握。他のクルマに遭遇すると、蓄積された知識データの中から人工知能がその場に応じた適切な行動を選択します。信号機のない交差点への進入や駐車車両の追い越しなど、複雑な運転環境においても正しく状況を認知・判断し、安全な走行を実現しています。

高齢化や都市の過密化など多くの課題に直面する社会において、自動運転技術は事故の大幅な低減に貢献し、多くのドライバーに安心を提供するだけでなく、急速に増加する高齢者にとっては日常的な移動機会の拡大にもつながります。日産は、自動運転技術をモビリティに新たな価値をもたらす画期的な技術だと考え、積極的に開発を推進し、実用化を進めていきます。2016年末までには混雑した高速道路上で安全な自動運転を可能にする技術(トラフィック・ジャム・パイロット)を、2018年には危険回避や車線変更を自動的に行う複数レーンでの自動運転を投入します。2020年までには、ドライバーの操作介入なしに、十字路や交差点を自動的に横断できる自動運転技術を導入する予定です。

自動運転技術の実験車両「Autonomous Drive」

人：交通安全活動の推進

より良いモビリティ社会を構築するためには、ドライバーや乗員、歩行者、自転車運転者など多くの人々に交通安全への考え方を理解してもらうことが大切です。日産では安全意識の向上に向けた啓発活動や、ドライバーの運転技術向上を支援する活動にも力を注いでいます。

日本における交通安全啓発

1日のうちで交通事故発生件数が最も多くなる時間帯は16～18時の夕暮れ時です。日産は交通安全活動「ハローセーフティキャンペーン」[1]の一環として、ヘッドライト早期点灯をドライバーに促す「おもいやりライト運動」[2]に2010年から取り組んでいます。

website
[1]「ハローセーフティキャンペーン」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

website
[2]「おもいやりライト運動」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

2014年度は、今までの活動を一層強化しました。

①ヘッドライト早期点灯研究所（ウェブサイト）：クルマ・歩行者両方の視点での「見られやすさ」実験や、ヘッドライト点灯車数調査結果などを掲載し、内容をより充実させせました。

②夕方安全創造会議：同様の活動をしている方々とのつながりを目的に、2013年より引き続き開催。企業が行う社会貢献活動の新たな形についてのプレゼンテーションなどを実施しました。

③いい点灯の日（11月10日）：2012年から毎年開催。ヘッドライト早期点灯を全国の賛同パートナーとともに呼びかけました。

④ライティングガールプロジェクト：クルマファンに運動を知ってもらうために、全国のクルマイベントに参加し、対話を通じて運動への理解を促しました。

こうした活動を継続してきた結果、おもいやりライト運動は「公共向けの活動・取り組み、社会貢献活動」の枠で2014年度のグッドデザイン賞を受賞しました。日産が推進する運動でありながら、市民やパートナーなど80以上の団体を巻き込んで、交通事故の削減に取り組んでいることが評価されました。

GOOD DESIGN AWARD
2014年度受賞

米国での安全啓発活動

北米日産会社（NNA）は、米国で販売されているニッサンおよびインフィニティ・ブランドの車両に適合するチャイルドシートの情報を幼い子を持つ親などに提供する「スナッグ・キッズ*」プログラムを2002年より実施しています。同プログラムはチャイルドシートの正しい使用を促す自動車業界初の取り組みで、シートを前向き・後ろ向きに安全に取り付ける方法や、ブースタータイプのシートを取り付ける場合の安全な装着方法のアドバイスを提供します。

* スナッグ（snug）：サイズがぴったりで居心地がいいこと

年齢や体に合わせて子供に最適なチャイルドシートの選び方を提供する「スナッグ・キッズ・フィットガイド」については2015年モデルにも対応するよう改定を行いました。ニッサンとインフィニティ・ブランドのクルマにはさまざまな種類のチャイルドシートが取り付け可能ですが、それぞれの車種に合うシートのリストを日産のウェブサイトで公開しています。

また日産は2012年より、安全運転の大切さを若い人々に伝えるための啓発プログラム「シンク・ファスト」のスポンサーを務めています。プログラムでは本格的なセットや流行の音楽を使い、司会者の進行によるゲーム形式で行われ、有益かつ若者が興味を持ちそうな知識が取り上げられます。現在はテネシー州、ミシガン州、ミシシッピ州、テキサス州の中学校・高校で行われる125以上のプログラムを支援していますが、今後は日産の拠点がある他州にも拡大する計画です。

中東地域や韓国での安全教育

中東日産会社（NMEF）では、ウェブサイトを通じて子供への安全教育を行っています。2009年10月に開設したサイトでは、小学生向けに交通ルールの基本をアラビア語、英語、フランス語で分かりやすく説明しているほか、パズルやぬり絵などを使って子供たちが楽しみながら学べる仕組みにしています。

韓国日産株式会社（NKL）でも、2009年4月から「日産キッズ・セーフティ・キャンペーン」を実施しています。ウェブサイトや小冊子などNMEF同様のコンテンツを用いて、交通事故防止のための啓発活動を行っています。

中国、インドネシアでの交通事故防止活動

中国では自動車の急速な普及に伴い、交通安全対策が大きな課題となっています。日産（中国）投資有限公司（NCIC）は中国道路交通安全協会とのタイアップにより、人々の安全意識と運転技術の向上を目的とした啓発活動を2005年に開始。お客さま、政府関係者、地元メディアなどの参加を得て、インストラクターの

指導のもと、エコ運転のほか、ブレーキングやコーナリングなどの運転技術を学ぶプログラムを実施し、交通安全に対する理解を深める活動を推進しています。現在、この活動は東風汽車有限公司（DFL）の乗用車部門に引き継がれ、ディーラーを含めた「日産技術安全運転フォーラム」という活動につながっています。

2014年8月には、NCICの協力により「2014中国交通安全フォーラム」が北京で開催されました。日産は「セーフティ・シールド」をはじめ交通安全に関する主要コンセプトを明示し、人・クルマそして交通安全のための道路建設について多くの参加者と議論を深めました。さらに、「中国における交通事故の深層とトリプルレイヤードコンセプト」をテーマに講義を行い、中国における交通事故の現状を踏まえつつ「トリプルレイヤードアプローチ」をベースにした交通安全に関する実践的かつ実行可能な提案を行いました。

またNCICは、10代の青少年における交通安全意識の向上および交通安全と環境保護の理解促進のため、2006年より「日産カップ」を開催しています。8歳から16歳までの子供たちを対象にオンラインクイズを行うもので、2014年は合計2,809人の生徒が参加しました。

インドネシアでは、交通安全の重要性を伝える活動として「日産スマートドライビング」を実施しています。安全運転啓発を目的にライフスタイル誌との共同企画としてスタートし、現在ではインドネシアの大学生にインストラクターが安全運転を直接指導するなど、さらに活動を広げています。

新興国市場で「日産セーフティ・ドライビング・フォーラム」を開催

日産は、新興国市場における安全運転啓発活動の一環として「日産セーフティ・ドライビング・フォーラム」を実施し、一般のお客さまにおける安全運転への意識向上を目指しています。

2014年に活動3年目を迎えたインドでは、中規模都市を含めた8都市まで開催地域を拡大（2012年度は3都市、2013年度は5都市）。シートベルトの装着や、日産提供の安全装備シミュレーターの体験などを通じ、参加者の安全運転への意識向上を促しました。また、SNSなどを通じて同コンテンツを発信したことで、フォーラムに参加していないお客さまからも、従来にない好活動と評価されました。今後も継続的に実施していく予定です。

また2014年度には、ロシアで初めて「日産セーフティ・ドライビング・フォーラム」を実施し、シミュレーターを使った運転試験や安全技術の体験を通じて、安全運転の重要性を啓発しました。

欧州日産自動車会社が従業員向け安全イベントを開催

2014年10月、欧州日産自動車会社（NESAS）のCSRチームは、フランス赤十字社とフランス赤十字社サン=カンタン・アン・イブリーヌ支部の協力を得て、従業員を対象とした安全イベント「ブルーシチズンシップ―従業員の連帯強化と安全知識の習得」を開催しました。救急救命に対する意識の向上を目的としたこのイベントには、およそ20名の従業員が参加。赤十字社のスタッフによる心肺蘇生法やAED（自動体外式除細動器）の実演の後で、ダミーを使った心肺蘇生訓練を行うなどの講習を受けました。

フランスでは年間およそ5万人が心肺停止状態に陥りますが、NESASでは2012年より社内にAEDを設置しており、従業員がその使い方を知っていれば、いざというときに人命を救うことができます。CSRチームは今後もNPOなどと協力して、交通安全に関する啓発活動を行っていく計画です。

このイベントでNESASは、総額およそ900ユーロの少額コインを集め、全従業員を代表してフランス赤十字社に寄付しました。

FIAと交通安全のためのパートナーシップを締結

日産は、2014年パリモーターショーにおいて、国際自動車連盟（FIA）と世界規模で交通安全活動を推進していくパートナーシップの締結を発表しました。

このパートナーシップにより、国連が提唱する「交通安全のための行動の10年」を支持するFIAの革新的な啓発活動「FIAアクションフォーロードセーフティ」[1] キャンペーンのオフィシャルサポーターとなりました。

同キャンペーンの一環として推奨されている「ゴールデンルールズ」[2] を世界中で推進することにより、1年間に発生する約124万人の交通事故死亡者や5,000万人の負傷者を減らすことに注力していきます。

▶▶ page_56
[1] 「FIAアクションフォーロードセーフティ」の詳細を掲載しています

▶▶ website
[2] 「ゴールデンルールズ」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

社会：社会との連携

日産は、クルマを取り巻く交通環境の情報を利用することで、より安全なクルマ社会を築くことができると考えています。官公庁や大学、他企業と広く連携しながら、高度道路交通システム（Intelligent Transportation System : ITS）を活用した安全で快適なモビリティ社会の実現を目指していきます。

ITSを活用し、交通事故低減と渋滞緩和へ

日産は、2006年より神奈川県において「人」「道路」「車両」を情報でつなぐITSを活用し、交通事故低減や渋滞緩和への貢献を目指した実証実験「SKYプロジェクト」を推進してきました。見通しの悪い交差点では、他の車両や通行者が見えにくく、事故が発生しやすくなります。同プロジェクトは、クルマ単独では対応が難しい、こうした交通事故の低減に向け、周辺車両の状況や自車を取り巻く交通環境の情報を利用しようというものです。

日産は、SKYプロジェクトの成果を活用した新たな安全運転支援システム（DSSS）* を開発。見通しの悪い交差点において、路上のインフラ設備との通信により、音声ガイドとナビ画面表示で、ドライバーに交差点におけるさまざまな危険（出会い頭衝突、一時停止規制見落とし、信号見落とし、赤信号停止車への追突）を伝え、注意を喚起します。

* DSSS：Driving Safety Support Systems
警察庁とその所轄法人である一般社団法人UTMS協会が継続的に推進しているプロジェクトで、DSSS用光ビーコンによる路車間通信など、最新のITSテクノロジーを駆使して交通事故の削減を目指すシステム

高速道路上の逆走を報知

近年、高速道路で逆走を原因とする重大事故が多発しており、社会問題となっています。日産は西日本高速道路株式会社（NEXCO西日本）と共同研究を進め、GPSを活用した逆走報知ナビゲーションを開発しました。同システムでは、ナビゲーション内部のプログラムにより、車両情報（GPS位置、地図、車速など）に基づいた逆走判定処理を行います。逆走している場合は、音声とナビゲーション画像によってドライバーに注意を喚起します。2010年10月に発売した「フーガ ハイブリッド」に世界で初めて搭載しています。

ステークホルダーからのメッセージ

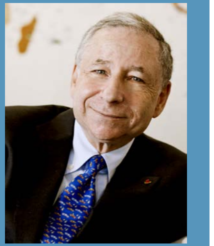
「FIAアクションフォーロードセーフティ」キャンペーンで交通安全を推進

国際自動車連盟(FIA)は、国連が提唱する「交通安全のための行動の10年」を支持し、2011年より「FIAアクションフォーロードセーフティ」キャンペーンを行っています。主な活動内容は、国内外での交通安全推進の取り組みを各国の指導者に呼びかけること、そして世界規模で交通安全運動と各種プログラムを実施することです。これらの活動は、世界142ヵ国にある237の加盟自動車団体と、法人・個人のパートナーの支援を得て進められています。

交通事故の問題は非常に深刻で、世界では毎年約124万人が死亡し、5,000万人が重傷を負っています。

FIAは2014年10月、交通安全の推進に向けた取り組みを共同で行うため、日産自動車株式会社とパートナーシップを締結しました。以来、日産はロシアで安全運転啓発イベント「日産セーフティ・ドライビング・フォーラム」を開催するなど、キャンペーンを推進しています。

今年もモータースポーツシーズンが始まりますが、FIAは日産との関係を一層強化し、ともに安全な交通の実現に取り組んでいきたいと考えています。



国際自動車連盟
会長
ジャン・トッド氏

社会貢献

私たちの社会は、地球温暖化やエネルギー問題、人口爆発、貧困などさまざまな課題に直面しています。将来の世代がいつまでも豊かさを享受できるようにするには、社会全体が力を合わせて、こうした課題を解決しなければなりません。企業も社会の一員として担うべき役割があり、多くのステークホルダーから社会課題解決への貢献を期待されています。日産は、自動車メーカーとして魅力ある製品やサービスを世界中の人々に提供することに加えて、コミュニティの一員として主体的に社会にかかわり貢献することも、企業の重要な使命だと考えます。

企業がさまざまな資源を地域社会に提供し、コミュニティの活性化や課題の解決に積極的に参画することは、企業市民としての責務を果たすというだけではなく、企業活動にとっても有益であり、より良い事業環境や持続的に成長する市場を生み出すことにつながります。

日産は、複雑化する社会課題に対応するため、非営利組織（NGO･NPO）や行政などさまざまなステークホルダーと連携し、相互の強みを生かしながら活動を展開しています。こうした社会貢献活動の方針をグローバルに共有するとともに、国や地域により異なるニーズに対応するため、各国の事業拠点や関連会社による独自の取り組みも行っています。

グローバル社会貢献支出額
〈2014年度／寄付金・協賛金を含む〉

18億円

社会貢献

CSRスコアカード

2014年度目標に対する達成度　✓✓:達成　✓:ほぼ達成　×:未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」ごとの活動の進捗状況を確認し、レビューを行っています。ここでは「CSRスコアカード」のうち、日産が現在実行している事業活動の価値観や管理指標についてご紹介します。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2013年度実績	2014年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
環境への配慮	環境教育プログラムの実施により将来世代の環境問題への理解を促進する	プログラムの継続的実施、地域拡大	●環境教育プログラムの地域拡大（日本） ●環境教育パイロットプログラムの実施（英国）	●継続実施（日本） ●中国・欧州で実施	✓✓	●日本での継続的な実施を拡充する ●各リージョンと連携し、順次実施国・地域を拡大する	●グローバルに事業を営む企業として、事業の発展とともに地域の発展に貢献する ●「環境への配慮」「教育」「人道支援」の3分野を中心に、自社の強みやリソースを最大限活用し活動に取り組む ●グローバルな考え方と各地域に最適な活動のバランスをとる
教育	教育を「次世代への投資」と位置づけ、子供や若者の支援を中心に教育プログラムを実施する		●出張授業プログラムの実施国拡大（メキシコ、英国）	●「日産モノづくりキャラバン」の実施国拡大（中国・英国） ●新たな教育プログラムの導入（英国・インドネシア）	✓✓	●各リージョンと連携し、実施国・地域を拡大する ●各国の社会課題に応じて活動内容を検討し、実施する	
人道支援	自然災害被災地への迅速な支援を行う	現地のニーズを的確に把握しタイムリーに支援を行う	●災害支援プロセスを整理し、日米欧の担当者間で共有 ●東日本大震災被災地への支援を継続（従業員によるボランティア活動、「日産プレジデント基金」）	●雲南省地震、広島市大雨災害、エボラ出血熱への支援 ●東日本大震災被災地への支援を継続（従業員によるボランティア活動、「日産プレジデント基金」、車両寄贈）	✓✓	●意思決定および対応をさらに迅速化する ●各リージョン・機能の連携を強化する ●2000年に採択された「ミレニアム開発目標（MDGs）」が2015年に期限を迎えることを受け、次の開発目標となる「ポスト2015」を視野に入れた取り組みを検討する	
	国際NGOハビタット・フォー・ヒューマニティと協働で活動を実施する	プログラムの継続的実施、地域拡大	●ミャンマーにおける5年間の支援活動	●ミャンマー、ベトナム、タイ、インドネシア、日本で支援を実施	✓✓		

GRI G4 Indicators
G4-EC1

社会貢献への取り組み

日産は、社会貢献活動として「環境への配慮」「教育」そして「人道支援」の3分野に重点的に取り組むことを定め、金銭的な支援だけでなく、自動車メーカーとしての知識や専門技術、自社製品、関連施設の活用など、日産が事業を通じて培った資源を十分に生かすことにより、独自性の高い活動を実施しています。

また、より実効性の高い活動を行うため、活動分野において高い知見と専門性を持つ非営利組織（NGO・NPO）との対話を重視しています。

多くの従業員が社会に関心を持ち、活動に自発的に参加できるように、従業員の社会貢献活動をサポートしています。

事業を営む地域への貢献

推進体制

日産の社会貢献活動方針は、日産グローバル本社（日本）のCSR部が策定します。エグゼクティブ・コミッティ等で議論・決定された方針はグローバルに共有され、各国・地域の活動もこの方針に沿って実行されます。

▶▶ page_14 エグゼクティブ・コミッティの詳細を掲載しています

環境への配慮

日産は、環境理念「人とクルマと自然の共生」を掲げ、環境負荷削減に意欲的に取り組んでいます。社会貢献活動においても「環境」への取り組みが重要であると考え、地球環境問題への理解を深める教育プログラムの実施、低炭素社会の実現に向けた基礎研究の奨励といった活動に取り組んでいます。

日産の特色を生かした環境出張授業（日本）

日本では、製造業ならではのノウハウを生かした3種類の体験型教育プログラムを2007年から実施しています。いずれも小学校高学年の児童を対象に、日産従業員が講師となって学校を訪問し行います。そのひとつである「日産わくわくエコスクール」は、地球環境問題への理解を深めるとともに、日産の環境への取り組みを紹介し、100％電気自動車「日産リーフ」の試乗などを通じて最新の環境技術を体験するプログラムです。授業内容はNPO気象キャスターネットワークと協働でつくり上げ、同NPOは講師として授業運営にも参加しています。

▶▶ website 「日産わくわくエコスクール」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

好評に応えて日本国内での実施回数を増やし、2014年度は神奈川県を中心に60校、イベントへの出展等を合わせると約6,000名の児童が受講。開始以来、同プログラムの日本国内での受講者数は累計で約3万1,000名に上ります（2015年3月末現在）。

また、日本だけでなく英国でも、英国日産自動車製造会社（NMUK）が地元小学校の児童を対象に同プログラムを実施しています。

地域の環境保全活動をサポート（米国）

テネシー州中央部に位置するハーペス川は多様でユニークな生態系を有し、テネシー州の景観保護指定を受けています。2014年9月、日産は、ハーペス川とその支流の生態系を保全するため、地域や州レベルでの水政策に対し、科学およびその他の専門知識を提供しているハーペスリバー・ウオーターシェッド・アソシエーション（HRWA）に5万ドルを提供しました。日産の提供する資金は、水質を持続的に改善するHRWAのプログラムに活用され、約1,600kmにも及ぶハーペス川支流の環境保護に貢献します。

教育

日産は、将来世代を担う子供や若者を支援することは「未来への投資」であると考えます。より良い未来へと続く扉に誰もがアクセスできる社会を実現するために、事業で培った知識や技術を活用した教育プログラムの実施や、新興国における初等教育の機会提供といった活動に取り組んでいます。

「子供と本」を通じた取り組み（日本、ポルトガル、米国、インドネシア）

日本では、創作童話と絵本のコンテスト「日産童話と絵本のグランプリ」を1984年から実施しています。同グランプリでは、大賞を受賞した作品を出版し、全国の図書館や事業所近隣の幼稚園・保育園に届ける活動を継続。これまでに20万冊以上の本を寄贈してきました（2015年3月末現在）。2012年には、日産イベリア自動車会社（NIBSA）がポルトガルで同様のコンテストを創設しました。行政の協力を得て、同国内の学校を通じて才能ある新進作家を発掘し、出版の機会を提供するプログラムです。

website
「日産童話と絵本のグランプリ」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

また、米国では、北米日産会社（NNA）が本社を置くテネシー州において「ガバナーズ・ブックス・フロム・バース基金」や「ドリー・パートン・イマジネーション・ライブラリー」という、就学前の子供たちが本に親しむためのプログラムを支援しています。

また、インドネシア日産自動車会社（NMI）は、ダットサン・ブランドとしては初のCSRの取り組みとなる「ダットサン・ライジング・ホープ」を展開しています。第1弾として、2015年1月から4カ月間、ジャカルタ都市部や西ジャワ州プルワカルタを回り、子供向けの古本や教育用のおもちゃを地域の子供たちに届けるために、ダットサン「GO+ Panca（ゴープラス パンチャ）」を移動図書館として活用しました。

モノづくりの魅力を伝える取り組み（日本、英国、米国、南アフリカ、インドネシアなど）

日産は、モノづくりの楽しさや奥深さを将来世代に伝えたいと考え、さまざまな取り組みを行っています。日本では日産従業員が小学校を訪れ、モノづくりの魅力を伝える出張授業「日産モノづくりキャラバン」や「日産デザインわくわくスタジオ」を実施、両プログラム合わせて年間約2万名の子供たちに授業を届けています。英国でも、英国日産自動車製造会社（NMUK）が同社サンダーランド工場近隣の小学校を対象に「日産モノづくりキャラバン」を実施しています。

website
「日産モノづくりキャラバン」「日産デザインわくわくスタジオ」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

NMUKは次世代のエンジニアを育てる取り組みを積極的に推進。英国クランフィールドにある日産テクニカルセンターと「Annual University Engineering Summit（大学エンジニアリングサミット）」を共同開催し、英国政府が推進するプログラム「See Inside Manufacturing（工場をのぞいてみよう）」にも参加しています。日産は英国における教育プログラムをさらに拡大し、エンジニアリングと製造部門の人財育成を促進するため日産スキルズ・ファンデーションを設立しました。ワークショップや競技会、モノづくり体験、工場見学ツアーなどを通じ、2年間で1万5,000人以上の若者が最先端の自動車デザイン、エンジニアリング、革新的なモノづくりを体験します。日産が協賛しているフォーミュラ1レース活動も教育プログラムに活用されます。

その他にも、米国や南アフリカ、インドネシアなど多数の国で、車両やエンジンを大学や専門学校に教材として寄贈し、学生の知識や技術向上に貢献しています。

日産スキルズ・ファンデーションの事業として「日産モノづくりキャラバン」を実施（英国）

社会的なサポートを必要とする子供たちや若者への教育支援（ブラジル、中国、南アフリカ）

2014年に新工場が稼働を開始したブラジルでは、地域とともに発展することを目指し、日産が拠点を置く地域において、子供や若者への教育を支援し、地域の発展に寄与することを目的に「Instituto Nissan」財団を設立しました。同財団はブラジル日産自動車会社（NBA）が本社を置くリオデジャネイロや新工場が建設されたレゼンデ、同じくNBAが拠点を持つサンパウロなどで、就業準備の支援をはじめ、健康、環境、スポーツ等を含む幅広い子供向けプログラムを提供します。またレゼンデでは、生後3カ月から6歳までの就学前児童170人を対象とするデイケアを兼ねた施設を、リオデジャネイロ州の公共セクターとともに建設しました。

これは自動車業界では初めての試みです。2013年の設立以来、「Instituto Nissan」は46万5,000ドルの資金を活用し、2万3,905名を支援しました（2014年12月時点）。

日産（中国）投資有限公司（NCIC）は、2010年から実施してきた「日産ケアリング・フォー・マイグラント・チルドレン」を発展させ、2013年から貧困地区の小中学生を支援する新プログラム「ドリーム・クラスルーム」をスタートしました。この活動を通じて、2014年度は約4,428名の児童・生徒をサポートしました。

また、南アフリカ日産会社（NSA）は、巡回車両による眼科検診「モバイル・アイクリニック」により、2014年度は5,900名の児童を対象に検診を実施し、1,200個の眼鏡を提供するとともに、治療が必要な子供たちに医療機関を紹介しました。NSAは過去5年間同プロジェクトを運営し、社会的支援を必要とする子供たちの学習環境を大きく改善することに貢献しています。

移動式の眼科検診「モバイル・アイクリニック」（南アフリカ）

教育プログラム向上への取り組み

日産財団による理科教育支援（日本）

持続可能な社会の実現が地球規模で求められる中、日産財団は「未来に夢を持てる社会の実現を目指し、人財育成の機会創出に貢献します」というビジョンのもと、人材育成事業に助成を行っています。事業のひとつの柱となるのが理科教育助成で、子供たちの科学的思考能力を向上させる教育を実践していたり、教師の理科指導力を向上させる授業研究を行ったりしている小中学校、研究会などが助成対象となります。2013年度には同プログラムの実践校を対象とした「理科教育賞」を創設しました。2年間の助成期間に多大な成果を上げ、かつ成果の波及効果が期待できる実践校へ授与されるもので、学校における理科教育の活性化を目指しています。

また、2014年度からは「科学的思考能力の高い子供を一人でも多く育成すること」を目指した「わくわくサイエンスナビ」を開始しました。小中学校の先生を対象とし、最先端科学研究施設を見学し、研究者と直接対話する機会を提供するとともに、それらを通して得た発見を授業に生かすためのワークショップを組み合わせた体験プログラムです。理化学研究所、東京大学生産技術研究所、早稲田大学先端生命医科学センターで実施しています。

website 日産財団の活動に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

オックスフォード日産日本問題研究所による日欧相互理解促進（英国）

1981年、日産の寄付により英国オックスフォード大学内に設立された同研究所は、欧州における現代日本研究の主要拠点のひとつとして広く知られ、日欧の相互理解の促進に寄与しています。

website オックスフォード日産日本問題研究所に関する詳細はウェブサイト（英語のみ）をご覧ください

人道支援

日産は、世界各地で発生した大規模自然災害で被災された方々への支援を行っています。また、国際NGOハビタット・フォー・ヒューマニティとの協力関係を発展させ、新興国での新たな取り組みを開始するなど、人道支援分野での取り組みを拡大しています。

ハビタット・フォー・ヒューマニティとのパートナーシップ

日産は、2005年に米国南部を襲ったハリケーン「カトリーナ」の支援をきっかけに、NGOハビタット・フォー・ヒューマニティとの協働を始めました。同NGOは、貧困や災害などにより安全で清潔な住環境を得られない人々のために、住居の建設と改修を通じた支援を世界各地で行っています。日産は、「人々の生活を豊かに」という自らのビジョンに通じる同NGOの理念に賛同し、2012年にパートナーシップを拡大することを決定。北米および日本以外にも実施地域を拡大し、現地事業会社とその従業員もボランティアとして参加しながら、住居建設などの活動を行っています。

ベトナム日産の従業員ボランティアが住居の建設に参加（ベトナム）

2015年に工場建設を予定しているミャンマーでは、国際NGOワールド・コンサーンと協働で、衛生状態の改善や災害に強いコミュニティ形成を目指す5年間のプロジェクトを継続しています。また、南アフリカでは、完成した50棟の家を贈呈する式典を行いました。さらに、ベトナム、タイ、インドネシアでも活動を継続し、各国の従業員がボランティアとして参加しながら、家屋の建設や修繕、災害に強いコミュニティ開発などに取り組んでいます。

website ハビタット・フォー・ヒューマニティとのパートナーシップに関する詳細はウェブサイトをご覧ください

東日本大震災への対応（日本）

従業員によるボランティア活動を実施

東日本大震災の被災地では、経済的な理由から震災で損傷した家屋の補修が行えない世帯がまだあります。日産は、今もなお不安を抱えて暮らす方々の家屋修繕を行う従業員ボランティアツアーを、ハビタット・フォー・ヒューマニティと協働で2回実施しました。

被災した子供たちに笑顔を

「日産プレジデント基金」は、CEOであるカルロス・ゴーンが発起人となって2011年に発足しました。東日本大震災で被災した子どもたちの笑顔を取り戻すためのプログラムを実施しています。そのひとつ「あそびプラスOneプログラム」では、岩手県、宮城県、福島県の子供たちの日常的な遊び場である児童館を、多様な専門性を持った県内外のNPOが訪問し、独自のプログラムを提供しました。また、「おでかけプログラム」では、長期休暇を活用し、県外での体験学習や遊びの場を提供しました。

website 「あそびプラスOneプログラム」「おでかけプログラム」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

福島県双葉郡の8町村に「NV200 バネット」を寄贈

東日本大震災の復興支援として、福島県双葉郡の8つの町村に対し、多目的小型商用車「NV200 バネット」を1台ずつ、合計で8台を寄贈しました。県内外に避難している方への行政サービスの提供に貢献しています。

その他の自然災害への対応

雲南省・四川省で発生した地震の被災地を支援（中国）

2014年8月3日に中国・雲南省で発生した地震で被害を受けた方々に対して、日産自動車株式会社（NML）は中国のNPO中国扶貧基金会（China Foundation for Poverty Alleviation）に200万人民元（3,300万円相当）を寄付しました。寄付金は、学校の修復や、被災地の児童が日常生活を取り戻し、再び学習に取り組める環境を整えるために活用されました。

また、2013年4月に四川省で発生した地震の被災地支援として、同団体に日産が寄付した資金を活用し、雅安市向陽小学校の新校舎が完成しました。仮校舎での学習を強いられていた子供たちに笑顔が戻りました。開校式では被災した子供たちに夢を与えたいと「日産モノづくりキャラバン」を開催しました。

雅安市向陽小学校の新校舎完成セレモニー（中国）

エボラ出血熱の流行に伴う支援（リベリア）

西アフリカにおけるエボラ出血熱の流行に伴う支援として、NMLはリベリア共和国政府に救急車を寄贈しました。SUV「パトロール」をベースに、ストレッチャーや応急処置用品を装備したもので、同国の大統領府を通じて各地に配備されました。頑強なボディを誇る「パトロール」はアフリカの道路条件に最適で、医療従事者による支援を遠隔地まで届けることに貢献しています。

広島市大雨被害に対する支援（日本）

2014年8月、集中豪雨により発生した大規模土砂災害の被災者の支援および被災地の復興に役立ててもらうため、NGOジャパン・プラットフォームに支援金として500万円を寄付しました。

事業を営む地域への貢献

日産は、事業を行う地域の一員として、地域社会に積極的にかかわり、地域の方々に愛される「良き企業市民」でありたいと願っています。地域のイベントに協力するほか、清掃活動など事業所周辺の環境を向上させる活動、自社施設の開放など、さまざまな形で地域貢献活動を行っています。また、従業員もボランティアとして積極的に地域の活動に参加しています。

地域と協働で障がい者スポーツ大会を開催（日本）

2014年12月、第15回全国車椅子マラソンin横須賀「日産カップ追浜チャンピオンシップ 2014」を地域関係諸団体との協働運営で開催しました。本大会は、2000年より始まった車椅子陸上競技の総合大会で、障がい者スポーツの普及と競技者の技術向上のほか、地域の活性化と「やさしい街づくり」支援を目的としています。追浜工場内のテストコース「GRANDRIVE」と京浜急行追浜駅間の公道を使用したロードレースでは、従業員ボランティアと地域のボランティア約500名がコース整理を行いました。

また、神奈川県厚木市の日産テクニカルセンター（NTC）と日産先進技術開発センター（NATC）では、清掃活動や地域のイベントへの協力など、さまざまな地域貢献を行う「NICE WAVE」活動に取り組んでいます。2012年から視覚障がい者と健常者が一緒に参加できるマラソン大会「日産ふれあいロードレース」を主催しています。「安全広々コースで思い切り走ろう」をテーマに、NTCの構内を開放して実施しています。

次世代の科学者やエンジニアを育成する取り組み（米国）

日産は米国における教育の取り組みとして、小学校から大学までの学生たちが自動車産業に不可欠な、科学・技術・工学・数学（STEM：Science、Technology、Engineering、Mathematics）の4分野に親しむことを奨励するさまざまなプログラムを支援しています。

日産の2つの主力工場があるテネシー州では、全米で開催されるロボット競技大会「BEST*ロボティクス」のナッシュビル大会をサポートしています。同大会では、学生チームが建材などの簡単な材料でロボットを設計・製作し、3分間で与えられた課題に挑戦します。2014年度は20名以上の従業員がボランティアとして大会に参加し、出場チームを指導したり、競技審判を務めたりしました。リアルワールドで生じる技術的な問題を、プロジェクトベース型の大会で解決する体験は、学生の技術理解力を高め、キャリアの方向性を描くための絶好の機会となっています。

* BEST：Boosting Engineering Science and Technology（「工学・科学技術の振興のための」の意味）

また日産は、SAE財団および同財団が支援するプログラム「ワールド・イン・モーション」とパートナーシップを提携。学力の形成に重要な時期とされる小学3年生までの児童を対象に、科学の基礎知識を身につけるためのカリキュラムの開発・普及を支援しています。

米国テネシー州ナッシュビルで開催されたロボット競技大会「BESTロボティクス」の様子

ステークホルダーからのメッセージ

変化への想像力を刺激

近年、中国は驚異的な発展を遂げていますが、その一方でいまだに8,200万人以上の人々が貧困に直面しています。中国扶貧基金会(CFPA)は、貧困削減に取り組む中国で最大の慈善団体です。

1989年に設立されたCFPAは、その功績により中国政府の民政部から5A の団体として2度表彰を受けています。私たちは、合理的な方法論に基づき着実にプログラムを運営し、かかわる人々が高い水準で貢献すれば、確かな成果を収めることができると信じています。また、CFPAの活動を通じて多くの人々に影響を及ぼすことは、結果的に、より多くの人が他の人々の困難な状況を改善することにつながると考えます。良い行いが広まり、人々のアイデアと想像力が刺激されるのです。

長年にわたって、私たちはさまざまなプログラムを生み出し継続してきました。そのひとつが2002年の「ニュー・グレートウォール・プロジェクト」です。このプロジェクトでは、500の学校に在籍する約1万2,000名の生徒たちが高等教育を受けるための手助けをしました。2009年には、教育に必要なアイテムが詰まった通学かばんを生徒たちに提供し、教師増員を支援する「ケア・パッケージ・プロジェクト」を開始し1万校270万名の生徒をサポートしました。

2011年には、「スクール・ドミトリー・プロジェクト」を実施し、貧しい農村地域にある191の学校のために学生寮を建設。さらに、農村部で小規模な事業を営む人々を助けるため、「マイクロファイナンス・プロジェクト」も行いました。

2012年に、私たちは日産(中国)投資有限公司(NCIC)と共同で、4つの学校へ奨学金と備品を提供する「日産ケアリング・フォー・マイグラント・チルドレン」プログラムを行いました。2013年には、これを発展させ、NCIC、東風日産乗用車公司(DFL-PV)、鄭州日産汽車有限公司(ZNA)と連携して「ドリーム・クラスルーム」プログラムを開始しました。小学生たちに自信を与えるよう設計されたカリキュラムには、災害から身を守るための訓練や、アウトドアでの体験学習による自己啓発プログラム、自己の成長や社会的交流を促すコースなどが含まれています。

私たちは日産と協力する中で、日産の社会へのかかわりや社会貢献活動の取り組みを高く評価し、また細部への気配りや問題解決に対する配慮に感銘を受けました。今後も、「ドリーム・クラスルーム」プログラムなどの教育への取り組みにおいて、日産と協働できることを楽しみにしています。

中国民生部が社会組織団体に与える格付けで、5Aは最高評価にあたる

中国扶貧基金会
(China Foundation for Poverty Alleviation)
資源開発部
企業連携推進室 室長
朱 峰氏

品質

クルマの評価や自動車メーカーのブランド価値は、お客さまからの品質評価ですべて決まるといっても過言ではありません。お客さまの期待する価値を提供し続けることでブランドは強化されますが、一度でもその期待を裏切れば新たな価値を提供し続けることは難しくなります。

世界経済の構図が大きく変化し、各地で都市化が進行する中、モビリティに対するニーズも増加しています。日産は、世界中の人々にモビリティがもたらす豊かさを提供することを使命と考え、生産を拡大していますが、同時に、常にお客さまに満足してもらえる品質を提供することも自動車メーカーの重大な責務であると考えています。

日産は、品質を会社全体の課題と捉え、新車の企画から開発、生産、物流、販売、アフターサービスなどお客さまとかかわるすべてのシーンで、高い品質を提供するために活動を続けており、お客さまに信頼される企業になることを目指しています。また、日産の基本姿勢や生産プロセスはグローバルに広がるすべてのバリューチェーンで共有されています。

「お客さま相談室」を通して寄せられたお客さまの声
〈2014年度／日本〉
約20万件

品質

CSRスコアカード

2014年度目標に対する達成度　✓✓：達成　✓：ほぼ達成　×：未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」ごとの活動の進捗状況を確認し、レビューを行っています。ここでは「CSRスコアカード」のうち、日産が現在実行している事業活動の価値観や管理指標についてご紹介します。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標		2013年度実績	2014年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
製品品質	「日産パワー88」の「クオリティの向上」では、2016年度までにインフィニティ・ブランドはラグジュアリー・ブランドのリーダーに、ニッサン・ブランドはグローバル自動車業界のトップ・グループになることを目指す	お客さまに最も影響力のある外部指標のスコア	北米： 米国消費者団体専門誌『Consumer Reports』、 米国J.D.Power社「IQS」「VDS」	● 米国『Consumer Reports』： 10車種推薦 ● 米国J.D.Power社「IQS」： 「ムラーノ」インフィニティ「FX」受賞 「ジューク」「Z」インフィニティ「G37」トップ3入り	● 米国『Consumer Reports』： 7車種推薦 ● 米国J.D.Power社「IQS」： 「ジューク」インフィニティ「QX80」「QX60」受賞 「ムラーノ」「Z」「マキシマ」「フロンティア」インフィニティ「QX70」トップ3入り	✓	新たに着任した品質専任副社長のもと、新車・現行車に対して品質改善活動のさらなる強化を図る	お客さま視点でトップレベルの品質を目指す
			欧州： 英国自動車雑誌『WHAT CAR?』、 ドイツ自動車連盟（ADAC）、 イタリア自動車雑誌『QUATTRORUOTE』	● 英国『WHAT CAR?』： 「キャシュカイ」「ノート」4つ星 「ジューク」3つ星	● 英国『WHAT CAR?』： 「ノート」4つ星 「キャシュカイ」「ジューク」3つ星	✓		
			その他の海外地域： 中国J.D.Power社「IQS」「VDS」、 南アフリカIpsos社「PSI」、 ブラジル自動車雑誌『QUATRO RODAS』、 インドJ.D.Power社「IQS」	● 南アフリカIpsos社「PSI」： 「NP200」金賞 「マイクラ」「キャシュカイ」「エクストレイル」銅賞 ● インドJ.D.Power社「IQS」： 「マイクラ」2位 ● 中国J.D.Power社「IQS」： 「シルフィ」2位	● 南アフリカIpsos社「PSI」： 「NP200」「マイクラ」金賞 「ナバラ」銀賞 ● インドJ.D.Power社「IQS」： 「テラノ」3位 ● 中国J.D.Power社「IQS」： 「シルフィ」2位	✓		
			日本： 日本J.D.Power社「IQS」	● 日本J.D.Power社「IQS」： 「エクストレイル」3位	● 日本J.D.Power社「IQS」： 「デイズルークス」2位 「日産リーフ」2位	✓		
セールス・サービス品質	2016年度までにすべての主要国においてトップレベル品質を実現する		北米、アジア： J.D.Power社「SSI」「CSI」 欧州： GfK社「SSI」 TNS社「CSI」 メキシコ、ブラジル： Ipsos社「SSI」「CSI」	日本、中国、メキシコにおいてトップ・グループを維持。米国などの主要国でも改善活動を推進	日本、中国、メキシコにおいてトップ・グループを維持。ASEANやインド等、業界平均以下の国や地域もあり、これらを含む主要国でトップ・グループ入りに向け改善活動を推進	✓	すでにトップ・グループ入りしている国の好事例を体系化・標準化し、改善が必要な国で活用することにより活動の成果を上げる	セールス・サービスにおいて、トップレベルの品質を維持する

「品質」への取り組み

一言で品質といっても、その内容は多岐にわたります。日産では、クルマそのものの使用感から、お客さまがショールームで感じる販売員の応対、クルマに不具合が発生した際の対応など、クルマにかかわるすべてのシーンで高い品質を提供するために、部署や地域を超え機能横断し協力し合いながら全社的に取り組んでいます。

日産は2011年、品質向上プログラム「クオリティの向上」を公表。2016年度までに日産が成し遂げるべき品質向上の目標や方策を明確化しています。最終的な到達点は「お客さま視点で品質のトップレベルになる」ということ。その達成に向け、「製品品質」と「セールス・サービス品質」の両面から取り組んでおり、世界中のどの地域でもトップレベルになることを目指しています。

website 「クオリティの向上」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

クルマそのものの「製品品質」は、お客さまに長く安心して快適にクルマを使ってもらうための基本となる品質です。お客さまがショールームで実際にクルマのドアを開け、シートに座り、試乗して感じる「感性品質」から、購入後約1年までの「初期品質」、長くお使いいただいている間に感じる「経時劣化品質」など、クルマのライフサイクルすべてにおいてお客さまの期待に応えられるような品質の提供を目指しています。

また、お客さまへの対応の質を追求する「セールス・サービス品質」では、店舗への訪問から、注文、納車、点検、車検、再購入に至るお客さまとのあらゆる接点で期待以上の対応を提供し、お客さまの満足度を向上させる活動を行っています。

すべてのプロセスにおいてお客さまに満足いただくために、日産ではお客さまの声を取り入れて、社内全体にフィードバックする取り組みを導入しています。

推進体制

日産では、品質向上プログラム「クオリティの向上」に掲げた目標を2016年度までに達成するため、副社長レベルの品質専任役員ポストを新たに設置しました。これにより、社内での品質の位置づけが大幅に上がり、品質に対する従業員の意識も変化しています。

また、具体的な課題を論議する会議体として、担当責任役員が議長を務める「クオリティ・マネジメント・コミッティ／品質委員会(Quality Management Committee)」「マルコム・セールス・エグゼクティブ・ミーティング(MarCom and Sales Executive Meeting)」「セールス・サービス&モノづくりコラボレーションコミッティ(Sales & Service and Monozukuri Collaboration Committee)」を設置し、定期的な話し合いを行っています。

お客さまの声を品質向上活動に反映

品質は日産がどれだけお客さまに向き合っているかを示す鏡です。お客さまの期待する価値を提供するとともに、お客さまの感じる不満などに迅速に応えるため、日産ではお客さまからのすべての声に耳を傾け、クルマのデザイン・開発からサービスに至るあらゆる品質の改善活動に反映させています。

また、日産車を購入した従業員もお客さまの一人であり、重要なステークホルダーです。従業員からの品質に対する声も改善活動に取り込んでいます。

お客さまの声に迅速に対応

日産では、世界各地のディーラー窓口やコールセンター、調査など、あらゆる機会を通じてお客さまからの問い合わせや相談に応えています。

例えば、日本の「お客さま相談室」には年間約20万件の問い合わせや相談が寄せられています。迅速に対応するため、過去50年間に発行してきたすべてのカタログや取扱説明書などをPDF化し、検索しやすくしています。同時に「よくある質問」とその対応を車種、キーワード、カテゴリーという3つの分類で整理しています。

また、日産では従業員も一人のお客さまであると位置づけ、2013年には社内のイントラネットに「品質リスニングボックス」を設けました。従業員からも積極的に品質情報を入手し、製品やサービスの向上に役立てています。

お客さまの声を製品やサービスに反映

寄せられたお客さまの声は、商品企画、研究開発、生産、販売などあらゆる部門で確実に共有され、製品やサービスに反映されるような仕組みを整えています。

日本の「お客さま相談室」に寄せられた意見や問い合わせはイントラネットを介して全社的にフィードバックしており、従業員はデータベースにいつでもアクセスし閲覧することが可能です。

また、重要な案件は担当責任役員が議長となる会議体で論議され、決定事項は製品やサービスに反映されます。

CSマインドの醸成

全社を挙げて品質の向上に取り組むためには、従業員一人ひとりがお客さまの視点に立ち、顧客満足度（CS：Customer Satisfaction）を意識して業務に取り組むことが重要です。

日本では入社3年目の従業員と新任マネジャーに向けて「CSマインドトレーニング」を実施しています。研修では、日産グループの品質方針や品質向上活動、そしてお客さまの生の声を事例として取り上げ、グループディスカッションを実施。「お客さまのために何ができるか」「現状に必要なものは何か」などについて話し合いながら、CSという観点から従業員一人ひとりの品質向上に対する意識の醸成につなげています。さらに、CSマインド醸成に向けた取り組みを海外拠点にも広げています。

また、日産は従業員とサプライヤーを対象に、品質の現状や市場のお客さまの声、目標達成に向けての活動をパネルや映像、実際の部品・車両の展示で紹介する「日産クオリティフォーラム」を2003年より開催しています。研究開発、生産、トータルカスタマーサティスファクションファンクション（TCSX：Total Customer Satisfaction Function）*、セールス・サービスなど複数の部門が共催するフォーラムを継続的に行うことで、全従業員のCSマインド醸成と品質改善に対する意識向上を目指しています。本フォーラムは日本をはじめ米国、英国、ロシア、中国、タイなどグローバルに開催しています。

* 間顧客満足度の向上をトータルで担う部門。お客さまの不満を把握し、改善に向けた目標を設定

「製品品質」の向上

「製品品質」とは、お客さまに長く安心して快適にクルマをご使用いただくための基本となる品質です。業界をリードする自動車メーカーとして日本の“モノづくり”を担ってきた日産にとって、「製品品質」は企業の持続性を支える土台になるものです。日産は常に品質をお客さま視点で考え、万が一、不具合が発生した場合は迅速に対応し、お客さまに迷惑を掛けることのないよう、不具合の再発防止に努めています。また、使い勝手が悪いといったお客さまの不満を確実に把握し、その解消に向けてあらゆるプロセスで対策活動を実施することで、一人でも多くのお客さまに満足いただけるよう「製品品質」を向上させています。

日産が考える「製品品質」には、「感性品質」「初期品質」「経時劣化品質」があり、新車の企画・デザイン、研究開発、生産、物流、販売、アフターセールスといったクルマのライフサイクルすべてにおいて、クルマそのものの品質向上に向けた取り組みを行っています。また、社内指標として、第三者機関が行う品質調査の結果をモニタリングし、PDCAを回しています。

製品品質における外部機関の評価

日産では、第三者機関による品質調査*を社内指標に設定し、より良いクルマづくりに生かしています。世界各地域で高いレベルの指標を設定し、その達成に向けそれぞれの地域で取り組んでいます。

page_66
* 品質調査結果の詳細はCSRスコアカードに掲載しています

感性品質

感性品質とは、お客さまが実際に見て触って使って感じる質の良さのことです。例えば、お客さまはショールームで、実際にクルマのドアを開け、シートに座り、インテリアの質感などを確かめます。

人が感じる質感というのは非常に感覚的であるため、定量化した基準を定める際に入念な調査が必要です。日産では、多数の従業員モニターや社内で育成した専門家による評価、さらには実際に購入されたお客さまや購入を検討されている方への調査を行い、お客さま目線で基準をつくり評価しています。

また、調査地域を拡大し、世界の各市場におけるお客さまの感性に対する理解を深めるとともに、把握できたお客さまの感性を新車の開発段階から反映できる活動も推進しており、お客さまの感覚を科学的に計測・分析し、人間の“気持ちよさ”を数値として把握したうえで、具体的な設計目標を設定しています。

初期品質の向上

初期品質とは、お客さまが新車を購入してから1年以内に発生する不具合を指します。日産では、販売から3ヵ月、および12ヵ月以内に発生した不具合クレームの発生率を社内指標として設定し、不具合低減に取り組んでいます。その結果、活動を開始する前と比較してほぼ半減できています。

また、故障ではないものの、お客さまが不快に感じている要素もクルマの品質を左右します。日産は、お客さまの不満に応えることも品質向上活動の対象と捉え、改善に取り組んでいます。

例えば、米国J.D.Power社による「初期品質調査（IQS：Initial Quality Study）」では、他社との仕様の違いから多くの日産車で「リヤワイパースイッチが使いにくい」との指摘がありました。これを受けてセールス・サービス、研究開発といった部門がクロスファンクショナルな取り組みを実施しました。取扱説明書の改訂はもちろん、納車時にスイッチの操作方法に関する説明を徹底するとともに、開発段階で操作方法の見直しを検討するなどの改善を進めました。

お客さまがクルマに求める期待値は、人種、性別、年齢、嗜好などで異なり、クルマの普及度や気候など市場特性の影響を受けることもあります。日産はグローバルデザインを基本仕様としながらも、地域のニーズに合わせてエリアを区切った対応も行っています。

お客さまが感じる不満や不具合を生産工程に反映させるには量産体制に入ってからでは対応が難しいため、企画・開発段階からお客さま視点を取り入れ、製品開発など初期段階で品質のつくり込みを行う「フロントローディング」を実施する必要があります。日産では、チーフ・クオリティ・エンジニア（CQE：Chief Quality Engineer）の責任範囲を大幅に拡大し、企画段階からCQEが参加することでお客さまの不満や不具合の低減に取り組んでいます。お客さまの声は市場情報、従業員モニターなどから抽出。企画・開発工程から優先順位を決めて対応策を検討し、製品に反映するように努めています。品質が改善できているのかは工程ごとに確認。発生する可能性のあるリスクも企画段階から可視化し、リスクを緩和する方策を検討しています。こうしたすべてのプロセスを透明性のある判断で実施することで、新車立ち上げ時からの高品質を保証しています。

経時劣化品質の改善

経時劣化とは、樹脂の変色や変形、表皮の摩耗やメッキの剥がれ、疲労による異音など、長年の使用によって生じる不具合を指します。日産では販売後2～4年間という保証期間中はもちろん、保証期間後に発生する不具合を低減するため、実際にお客さまが使用された中古車を回収して品質確認を実施したり、良品部品も回収し、不具合の早期検出に活用するなど、さまざまなデータを入手・分析し、劣化しにくい技術の開発を強化しています。2016年度までに経時劣化品質の不具合を3割以上改善（2010年度比）することを目指しています。

製品品質を向上するためにサプライヤーと協働

生産拠点がグローバルに拡大する中、部品の品質や供給に関する問題の発生するリスクが世界各地で高まっています。日産はサプライヤーと協働しながら、すべての生産拠点において、部品の設計段階からの品質向上に取り組んでいます。

グローバルに展開するサプライヤーの本社機能とグローバル品質マネジメントの強化を進めるとともに、各拠点のサプライヤーにおける生産工程の品質管理や生産管理が日産の求めるレベルに達していない場合には、現地現物にこだわりながら日産がモノづくりを支援しています。

また、過去の問題解決事例をチェックリスト化し、日産へ部品納入しているサプライヤーのみならず、その構成部品を生産する二次サプライヤーまで巻き込んだ共同改善活動を行うなど、さまざまな品質向上策に取り組んでいます。

市場での迅速な品質改善への取り組み

お客さまの不満や不具合現象をいち早く察知し迅速に対応するため、日産では販売会社やお客さまとのダイレクトコミュニケーションを強化しています。TCSXが販売会社や「お客さま相談室」などから不満や不具合を把握しお客さまをサポートするとともに、研究開発や生産部門と情報を共有し、原因究明・対策検討などを実施。生産車両に反映することで流出防止を促進するなど、恒久的な対策を行っています。

また、日産の企業活動がグローバルに拡大するのに伴い、不満や不具合も世界各地で発生する可能性があります。そうした不具合を現地で迅速に解析し要因を分析するため、日産では日本・欧州・米国（2ヵ所）・ブラジル・中国・インド・南アフリカの計8ヵ所に「フィールド・クオリティ・センター」を設けています。

website
「フィールド・クオリティ・センター」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

同センターでは、5つのフェーズに分けて市場品質の調査・解析活動を実施しています。まずは「事実を明確化」するために問題となっている現物を市場から回収するとともに詳細な聞き込みを行いながら、不具合現象を再現します。次に、問題となった部品にかかわった日産の研究開発部門、生産部門のスタッフおよびサプライヤーを招集した合同解析会議で不具合現象を共有し、

さらなる調査事項と役割分担を決定します。詳細な調査結果を踏まえて、再度関連するすべてのスタッフが集まり、科学的手法を活用しながら要因解析と具体的な対策案を立案。実行された対策は不具合現象の再発防止に向け、開発・生産工程や管理体制の再構築に生かされています。

グローバルで均一な高品質の製品を生産

日産では、グローバルで高品質の商品を生産するために、4つの取り組みを展開する「4G戦略」をとっています。この取り組みによって、日産では最適な新車生産体制をスピーディーに構築することが可能となり、世界中どこのお客さまにも高い品質の商品を均一に提供しています。

重大な不具合への公正・迅速な対応

製品の不具合を発生させないよう最善を尽くすことが自動車メーカーである日産の第一の責務です。同時に、非常に複雑な工業製品であるクルマづくりにおいて、万が一のときに備えることも私たちの責務です。日産では透明で公正・迅速な対応をリコールの基本姿勢としており、法令順守の視点と、発生した問題がお客さまの安全にどのようにかかわるのか、という視点でリコール実施を決定すべきという方針をとっています。お客さまの安全確保とお客さまへの迷惑を最小限に抑えることを最優先に、必要と判断されたリコールは迅速に実施しています。このリコール判断プロセスは、米国運輸省から自動車業界のロールモデルであると高い評価を得ており、すでに世界中の日産各社で導入しています。

日産の4G戦略

グローバル車両生産技術センター（GPEC：Global Production Engineering Center）

車両生産における新型車の集中試作・解析を行うことで、生産に最適な工程を構築します。新型車の生産準備段階での品質を飛躍的に向上させるとともに、その高品質レベルを日本国内外の工場に広げ、グローバルに品質の均一化を図っています。

グローバルパッケージングデザインセンター（GPDC：Global Packaging Design Center）

物流技術員の育成を目的としたトレーニングセンター。生産拠点において、部品の荷姿設計とその試験評価方法、CADを用いた設計、流通のコスト管理などができる人財を育成しています。

グローバルトレーニングセンター（GTC：Global Training Center）

自動車の製造品質や生産性は一人ひとりの作業者のスキルに大きく依存します。グローバルに展開しているすべての工場で従業員のスキルを競争力のあるレベルに高めるため、日産生産方式（NPW）を中核とし、座学および技能訓練による研修を実施しています。マスタートレーナーの資格を取得した卒業生は、自拠点のリージョナルトレーニングセンターにて、現地従業員の育成を行うことにより、効率的な技能伝承を進めています。

グローバルロンチングエキスパート（GLE：Global Launching Expert）

新車立ち上げ時のモノづくりに起因する問題の解決をサポートする人財のこと。GLEコアメンバーによる診断・アドバイスと、GLE登録メンバーによる支援により、それぞれの新車立ち上げ時の「QCT」"品質（Quality）、コスト（Cost）、納期（Time）"の目標を達成しています。

「セールス・サービス品質」の向上

日産は品質の高いクルマづくりを目指すとともに、お客さまの購買プロセスにおけるセールス・サービスの面からも品質の向上に取り組んでいます。お客さまと接するすべての機会においてお客さまの期待以上の対応を提供することを目標とし、世界主要国の販売会社におけるセールス・サービス品質を効果的に管理することにより、顧客満足度（CS）を高める活動を行っています。日産では、「ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ（NSSW）」という方針のもと、日本・米国・欧州各国を含む主要16ヵ国でトップレベルのお客さま満足を目指しており、グローバルに日産のブランド力を向上させることにもつながっています。

お客さまによるセールス・サービス評価

トップレベルのセールス・サービス品質を提供するには、日産車オーナーであるお客さまの販売会社での経験を客観的に評価する必要があります。日産では客観評価の指標を各国で定義し、調査を実施しています。

社内指標としては、J.D.Power社の自動車セールス満足度（SSI：Sales Satisfaction Index）調査（納車プロセス、納期、販売員の対応など）と自動車サービス満足度（CSI：Customer Service Index）調査（サービス品質、車両返却プロセス、サービスアドバイザーの対応など）を設定しています。2014年度においては、SSI調査で日本、中国、メキシコが引き続きトップレベルを維持し、CSI調査では日本とメキシコが業界第1位を達成しています。

「ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ(NSSW)」

日産では、ブランド・商品への好感度や、セールス・マーケティング活動および販売後のアフターサービスに対する満足度を向上させることを目的とした「ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ(NSSW)」というグローバル方針を定めています。この指針をもとに、CS向上に向けた活動を実施し、セールスとサービスにおける質の向上を目指しています。例えば、商品知識やサービス技術、お客さま対応力強化を目的としたディーラートレーニング、お客さまへの満足度調査を軸とした販売店業務改善指導と、それを行う人員の育成や体制づくり、さらにコールセンターなどを通じて入ってくるお客さまの声を反映した日産の業務プロセスの見直しなどが挙げられます。これらの活動を、それぞれの国や地域の文化・慣習に合わせて実践し、お客さまが各店舗で経験する購入プロセスや、メンテナンスサービスのプロセスで、さらに満足してもらえるよう、グローバルで取り組んでいます。

セールス品質の向上

お客さまに新車を購入いただく場合、車両機能をきちんとお客さまに理解してもらうことがセールス品質を保つうえで重要となります。日産では、前モデルから変更になった機能や、なじみのない先進技術の使い方への理解を促進するために、従来の操作マニュアルに加えて、ポイントを絞って説明した「簡単早わかりガイド」をモノづくり担当部門とセールス担当部門が協働して作成しており、米国、日本、欧州、アジアなどに順次拡大採用しています。

また、2014年に販売を開始したダットサン・ブランドでは、初めて新車を購入するお客さまをメインターゲットとしていますが、ダットサンのブランド価値である「Dream(夢)」「Access(身近さ)」「Trust(信頼)」をお客さまに確実に体験してもらえるように、店舗におけるお客さま対応基準を定めました。ダットサン・ブランドを導入したインド、インドネシア、ロシア、南アフリカの4ヵ国では、店舗の覆面調査を実施し、基準に基づく対応改善に向けた活動を推進しています。

サービス品質の向上

サービス品質においては、「高品質な作業(修理・整備)を一度で確実にお待たせすることなく」提供することが重要になります。日産では整備士の技術力を向上させるために独自の研修プログラムや教材を開発・導入しています。

日本では、国家資格より取得が難しい独自のサービス技術修得制度を設置するなど、テクニカルスタッフ(自動車整備士)の育成に力を入れています。また日産独自の資格制度による1級整備士を取得した上級メカニックについては、店舗の規模に応じて適切に配置することを検討しており、同様の取り組みは欧米からスタートしています。

また、グローバルでは、「Train The Trainer(指導者を育成するトレーニング)」を導入しており、毎年日本にあるグローバルトレーニングセンターに世界中の子会社からサービスに関する指導者が集まり、同トレーニングを受講します。受講後、各指導者はそれぞれの国に戻り、整備士に技術やノウハウを伝授する仕組みになっており、グローバルに高品質なサービスを提供することを可能にしています。2014年度は29ヵ国から155名のトレーナーが「Train The Trainer」に参加しました。

成功国でのCS向上ノウハウをグローバルに共有

すべての市場でCSを向上させるには、グローバル全体でのセールス機能を向上させるとともに、各地域のニーズに主要国の販売会社が対応できるよう支援する必要があります。日産ではSSI調査とCSI調査を各地域において実施しています。CSが高い地域はCS向上への具体的ノウハウやツールを持っているので、こうしたベストプラクティスを体系化、標準化し、CS活動の強化が必要な地域でも活用できるようにしています。

メキシコ日産、CSI調査で3年連続1位を獲得

メキシコ日産（NMEX）はメキシコでトップブランドの地位を維持するとともに、CSI調査でも3年連続1位を獲得しており、SSI調査でもトップレベルに位置しています。NMEXではお客さま対応の原点に立ち返り、「人」「プロセス」「テクノロジー」の強化に努めています。

「人」に関しては優秀なセールスコンサルタントやサービスアドバイザーの表彰を行い店舗従業員のモチベーションを向上させるとともに、SSI向上に特化した担当者（LPC）を配置しています。LPCはSSI調査結果を分析したうえで担当店舗を訪問。課題を発見し、解決策を店舗とともに検討します。さらにNMEX内のベストプラクティスを共有し、その成果についてもフォローしています。

「プロセス」については、これまで複雑だった店舗評価システムを統合したことで、低コストで効率的な店舗評価プログラム運営が可能になりました。また重点改善店舗マネジメントプログラムを導入し、CSスコアが低い店舗に対しては、マネジメントレベルでの継続的なフォローアップを実施しています。

「テクノロジー」に関しては、ディーラーでの日々のサービスオペレーションが一定水準以上かを評価するアプリを開発し、評価者のスキルレベルに左右されない一貫したコンサルティングを可能にしました。また、モバイル機器を使用して商品説明を効率的・効果的に行うことで、お客さま対応の質を向上させました。

今後も、日産ならではのお客さま体験を提供し、一層満足いただけるよう活動していきます。

バリューチェーン

現代を生きる私たちは、地球温暖化やエネルギー問題など、逼迫する社会問題をグローバルに共有しています。同時にグローバル企業のひとつとして日産はさまざまな国でビジネスを展開しており、バリューチェーンも全世界に広がっています。日産は、グローバルに一貫性のあるCSR活動を推進するために、日産のCSRに対する考え方や方針をビジネスパートナーと共有し、CSRマネジメントの向上を図っています。

日産が目指しているのは、ビジネスパートナーとの信頼を基本にした、お互いの持続的な成長です。そのために、常に対等な立場でサプライヤーや販売会社の意見に耳を傾け、切磋琢磨し合いながらベストプラクティスを導き出す協力関係の維持・強化に努めています。

「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」の配布率

100%

バリューチェーン

CSRスコアカード

2014年度目標に対する達成度　✓✓:達成　✓:ほぼ達成　×:未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」ごとの活動の進捗状況を確認し、レビューを行っています。ここでは「CSRスコアカード」のうち、日産が現在実行している事業活動の価値観や管理指標についてご紹介します。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2013年度実績	2014年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
サプライヤーとの取り組み	サプライヤーおよびサプライチェーンにCSRを浸透させるため、「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」(以下「CSRガイドライン」)による周知徹底を推進する	サプライヤーへの「CSRガイドライン」の展開状況	● 発注先選定時にサプライヤーと「CSRガイドライン」の確認を継続し、すべてのサプライヤーと合意	● 新法規への対応と法令順守の徹底のため、「CSRガイドライン」の改訂を実施 (2015年展開予定)	✓✓	● 「CSRガイドライン」(改訂版)を展開する ● サプライヤーとの内容合意を継続して実施する	サプライチェーンでの法令順守に基づく適正取引の周知・徹底を継続して推進する
	サプライチェーンにおけるCSRの浸透を狙いとした紛争鉱物調査を実施する	紛争鉱物調査の実施状況(サプライヤーとそのサプライチェーン)	● 調査の実施 (日本、欧米、中国)	● 調査の拡大(アジア地域) ● 拡大地域を含めたサプライチェーンへの活動浸透のため、日産方針、活動状況をウェブサイトに掲載し展開	✓✓	● 調査を継続して実施する	
	環境負荷規制対応のため、サプライヤーと規制/禁止物質管理を推進する	「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」の展開状況と、具体的な取り組みの実施状況	● サプライヤーから管理車種の成分データを収集	● 欧州REACH規制義務化への対応をサプライヤーと推進	✓✓	● 「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」に基づきサプライヤーとの環境負荷物質規制/禁止物質の管理を継続して推進する	サプライチェーン全体での環境負荷低減のマネジメントを推進する
	サプライチェーン全体で環境負荷を低減するため、サプライヤー環境調査(CO_2・水・廃棄物の排出)を実施する	全購買額の70%以上のサプライヤーに対する調査の実施状況	● 日産調査票に基づく調査を継続して実施	● CDP(国際NPO)による調査の導入 (活動の視点や調査結果の評価といった有益な情報をサプライヤーに提供し、調査を推進する)	✓✓	● サプライヤーにおけるCO_2・水排出調査を継続して実施する	
販売会社との取り組み	販売会社におけるCSR活動の推進においてPDCAを回しながら改善を推進する(日本)	コンプライアンス自己点検プログラムの実施状況	● コンプライアンス自己点検プログラムを継続して実施し、コンプライアンスに対する意識を向上(年2回実施)	● コンプライアンス自己点検プログラムを継続して実施し、コンプライアンスに対する意識を向上(年2回実施)	✓✓	● 自己点検プログラムの内容を定期的に見直し、継続して実施する	販売会社の自主的な取り組み定着に向けた支援を行う
		案件発生事例をもとにした改善方策の検討	● 6月の代表者会議で、金銭不祥事・情報セキュリティ・ハラスメントに関し、案件の発生事例と、改善方策や教育を展開	● 6月の代表者会議で、金銭不祥事・情報セキュリティ・ハラスメントに関し、案件の発生事例と、改善方策や教育を展開	✓✓	● 案件発生事例をもとに注意喚起をし、改善方策を検討する	
		案件発生事例をもとにした教育の実施状況と、案件発生の未然防止への取り組み	● 未然防止に向け、教育資料を各社に展開し、教育を実施	● 未然防止に向け、教育資料を各社に展開し、教育を実施	✓✓	● 案件発生事例をもとにした教育資料を作成し、時代に合った教育を行う	
		案件発生時の社内での速やかな情報共有・対応を強化するための体制構築に向けた取り組みの状況	● 案件発生時の社内での速やかな情報共有・対応を強化するための体制を整備	● コンプライアンス強化に向け、案件発生時の社内での速やかな情報共有・対応を強化するための体制を継続	✓✓	● 案件発生時の社内での速やかな情報共有・対応を強化するための体制を継続し、必要に応じて見直す	

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN33/G4-LA15/G4-HR11/G4-SO10

バリューチェーンへの取り組み

ルノー・日産はアライアンスによる効率的な購買活動を推進するため、共同購買会社であるRNPO（Renault-Nissan Purchasing Organization）を2001年に設立し、順次購買領域を拡大してきました。現在はすべての購買領域をカバーするとともに、すべての購買機能をRNPOに集約し、日産と全サプライヤー双方に有益となるビジネスパートナーシップを構築しています。

取引にあたっては、大切にすべき価値として「信頼（公平に、プロ意識を持って）」「相手への敬意（約束、義務、責任を果たし）」「透明性（オープンに、率直に、明快に）」を定めています。

また、サプライヤーの選定にあたり、グローバルに統一した明確なプロセスを導入し、国籍、企業規模、取引実績の有無にかかわらず、広く参入機会を提供。選定に際しては関係部門が一堂に会してサプライヤーからの提案を横断的に検討します。また、選定結果は参加したすべてのサプライヤーに必ず説明するなど、公平・公正で透明性のある運用を徹底しています。

サプライヤーとの取引にあたっては、アライアンスが大切にしている価値やプロセスを「The Renault-Nissan Purchasing Way」という小冊子にまとめ、2006年からルノー・日産のサプライヤーと共有しています。

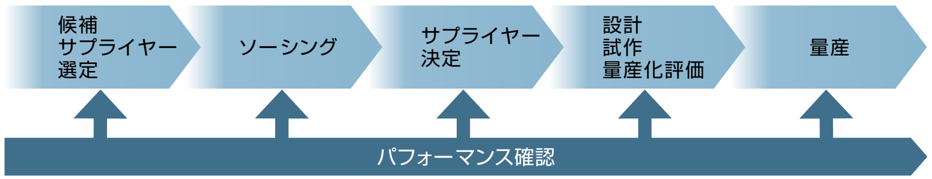
さらに、「自動車産業適正取引ガイドライン」（経済産業省発行）にも則した取引を実践しています。

website 「The Renault-Nissan Purchasing Way」は、ウェブサイトからダウンロードできます

推進体制

ルノー・日産アライアンスによる共同購買組織（RNPO）

サプライヤー選定から量産までのプロセス



サプライヤーとの取り組み

持続可能なサプライチェーンの構築に向けて、日産はグローバルに広がるサプライチェーンのあらゆる段階において、倫理・社会・環境に配慮したビジネスの遂行を目指しています。取引しているすべてのサプライヤーについて、工場別の所在地や購入額といった基本的な項目をデータベースとして管理・把握したうえで、ルノーと共同でまとめた「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」と、サプライヤーへの環境活動の具体的依頼事項をまとめた「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」に基づき、すべてのサプライヤーと協働しながらCSRの取り組みを浸透させています。

「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」による浸透

世界中のサプライヤーとCSRを実践していくため、2010年5月、日産とルノーは「日本自動車工業会サプライヤーCSRガイドライン」をもとに「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」と自己診断チェックリストを作成。グローバルに広がるすべてのサプライヤーに配布するとともに、サプライチェーンの隅々までCSRを浸透させるため、各サプライヤーから二次取引先、三次取引先と配布が行き渡るよう促しました。

website
「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」は、ウェブサイトからダウンロードできます

本ガイドラインはサプライヤー各社が企業活動をCSRの視点で見直し、CSRへの取り組みを実践することを目的に、①「安全・品質」(顧客のニーズに応える製品・サービスの提供等)、②「人権・労働」(児童労働・強制労働の禁止、労働時間・賃金の法令順守等)、③「環境」(環境マネジメントの構築・運用、温室効果ガス排出削減等)、④「コンプライアンス」(法令順守、汚職防止等)、⑤「情報開示」(ステークホルダーへのオープンで公正なコミュニケーション等)という5項目を説明しています。

本ガイドラインの第3章「サプライヤーの皆様へ」では、サプライヤーへ法令規範の順守を要請し、万が一コンプライアンス違反が発生した場合の対応(即時報告、調査結果、改善計画の報告)を明示し、実際に起こってしまった違反事案に対しては、社内ルールに基づき、厳正な対処を実施し、再発防止の徹底に努めています。

ガイドラインの発行と合わせて、2010年、基本契約に「法令等の遵守」を織り込み、以降の新規取引先と確認しています。

また、2014年には、新しい法令・基準への対応や、法令順守の徹底の要請、新興国の取引先へのCSR周知・普及を狙いとし、本ガイドラインの改訂の検討を開始しました。

サプライヤーにおけるCSR順守の確認

日産ではサプライヤーでのCSR順守のモニタリングとして、発注先選定時に「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」への合意を確認し、サプライヤーの環境負荷マネジメント体制や日産との環境活動への合意についても確認しています。さらに購買部門内では、各購買担当者が日常業務の中でサプライヤーのCSRへの取り組み状況を確認するよう、CSR教育を実施しています。

万が一サプライヤーからの部品・材料の供給に支障があった場合、その影響は、日産車の生産だけにとどまらず、サプライチェーン全体を含め広範囲に及ぶ可能性があります。そのため、平時のサプライヤーの供給リスク確認や、サプライヤーのQCDDM(品質:Quality、コスト:Cost、納品:Delivery、開発:Development、経営:Management)実績確認、さらにサプライヤーとの自然災害その他のリスクを想定した生産継続・早期復旧計画策定の取り組みもCSR活動の一環として位置づけ、実施しています。

日産は、さまざまな項目からサプライヤーの状況を常に把握し、高いリスクが確認された場合は、サプライヤーとともに速やかに対策を立案し改善を図っています。

サプライヤーとの環境活動

日産は、サプライヤーと日産の環境理念・環境行動計画を共有し、サプライチェーン全体の環境改善をともに推進するため、サプライヤーにおける環境活動を、「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」[1]にまとめ、2001年に発行し、活動への協力をお願いしました。

website
[1] 「ニッサン・グリーン調達ガイドライン(改定版)」はウェブサイトからダウンロードできます

「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」は、「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」の「環境」項目に関する詳細な説明と位置づけられます。

サプライヤーとの環境活動は、環境法規制・日産環境基準の順守と環境負荷低減活動の2つを柱に取り組んでいます。

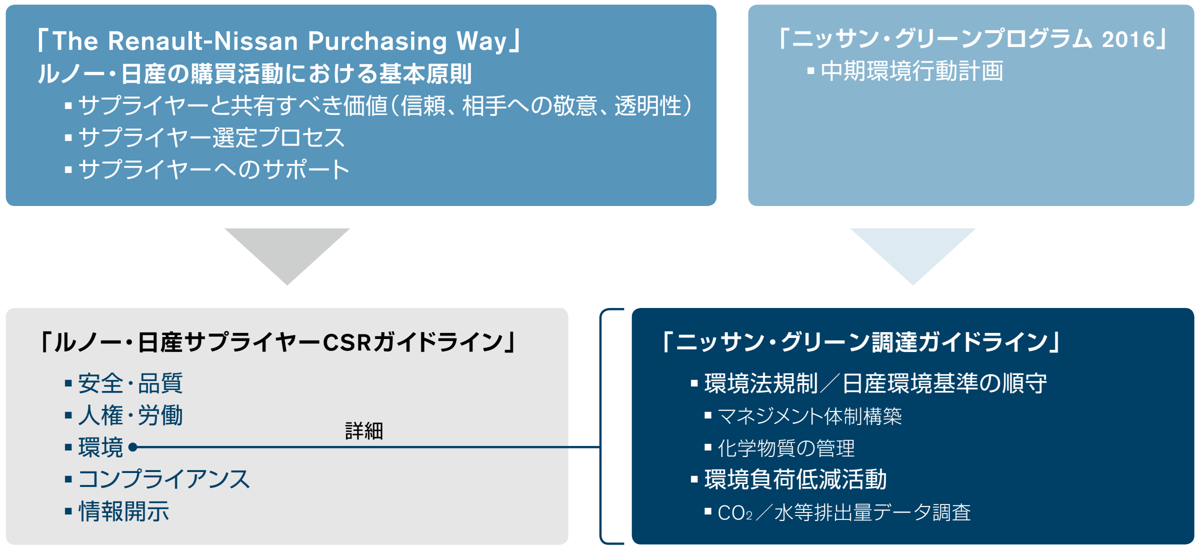
環境法規制・日産環境基準の順守に関しては、世界の規制動向[2]を踏まえ、使用禁止物質を追加し、成分データの管理地域を全世界へと拡大しています。また、新車発注時におけるサプライヤーの環境負荷物質管理体制と活動を確認するプロセスを開始するとともに、欧州REACH規制などに対する具体的活動をサプライヤーに説明し依頼するなどの活動を進めています。

環境負荷低減活動では、中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム 2016(NGP2016)」[3]に基づき、サプライチェーンにおけるCO_2排出や水使用等の環境負荷把握のため、2012年度よりサプライヤーに対する環境データ調査を開始し、結果を公表しています。

[2] 欧州連合(EU)のREACH規制(化学物質の登録・評価・認可・制限に関する規制)やRRR指令(再使用、再利用、再生に関する自動車車両型式認可指令)など

▸▸ page_24 [3]「NGP2016」の詳細を掲載しています

グリーン調達ガイドラインの位置づけ



サプライヤーと共同で取り組む「モノづくり活動」の推進

日産では、より競争力のある商品を常に生み出すため、2008年からサプライヤーと日産の連携による「モノづくり活動」を進めてきました。この活動を発展させるため、2009年からはサプライヤーとの信頼と協力を重視した共同改善活動「Thanks活動」を推進しています。サプライヤーとともに厳しい市場でコストリーダーとなることを目指し、部品当たりの生産量増加、現地化の徹底、物流の改善などを実施しながら、品質向上、コスト低減、製造の合理化などに取り組んでいます。

中期経営計画「日産パワー88」の目標達成に向けて、2013年度より従来の活動に加え、仕様、原材料、為替、物流などすべてのコスト変動を最適化する「TdC（Total delivered Cost）チャレンジ」を導入し、日産の各機能部署とサプライヤーが一体となって「TdCチャレンジ」および品質・供給両面での改善活動を強力に推進しています。

website
「日産パワー88」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

サプライヤーとのコミュニケーション

日産は、サプライヤーへのタイムリーで的確な情報提供が重要であると考え、サプライヤーズミーティングを日本および各海外拠点で開催し、「日産パワー88」や年度ごとの購買方針などについて周知を図っています。

日本の例では、月次で連絡会を開催し、生産計画やさまざまな業務、依頼事項について直接サプライヤーに伝えるとともに、サプライヤーからの質問事項や要望に答える場としても活用しています。

事業発展に貢献したサプライヤーをグローバルに表彰

日産は、毎年世界の各拠点で事業の発展に貢献したサプライヤーを表彰するとともに、グローバルレベルで業績向上に寄与したサプライヤーに対して、「日産グローバルサプライヤーアワード」として、「グローバル品質賞」と「グローバルイノベーション賞」を贈呈しています。この表彰制度は、品質、コスト低減、技術開発といった経済活動、環境配慮、社会性の3つの側面でバランスのとれた経営を行うという日産の考え方が、グローバルレベルでサプライチェーン全体に浸透することを目的としています。

グローバル品質賞は、購買や品質などの関連部門が、グローバルに統一された品質評価基準に基づいて選考します。

グローバルイノベーション賞は、商品技術とプロセスマネジメントの2分野において、生産・開発・品質など関連部門の推薦を受けたサプライヤーを選考します。

2014年度は、5社がグローバル品質賞を受賞し、グローバルイノベーション賞は商品技術分野で11社が受賞しました。

紛争鉱物への方針と取り組み

2012年8月、コンゴ共和国および周辺国の紛争地域で採掘された4鉱物の中で、武装勢力の資金源となっている可能性のある鉱物の使用有無について報告を課す法案（細則）が米国で制定されました。同法の趣旨に賛同する日産は、CSRの観点からサプライチェーンにおける紛争鉱物の使用を把握し、紛争鉱物不使用に向けた取り組みを行う方針を決定し、ウェブサイトなどで発表。2013年度から調査を開始しています。

website
コンフリクト・ミネラル（紛争鉱物）への取り組みに関する詳細はウェブサイトをご覧ください

グローバルに広がるサプライチェーンにおける使用状況をすべて把握する必要があるため、調査は大規模なものとなっており、日本自動車工業会、日本部品工業会および電子情報技術産業協会などと連携し、定期的なワーキング活動を実施しながら調査方法の検討や調査結果の解析を進めています。

販売会社との取り組み

日産では、販売会社とコンプライアンスの意識を共有し、より強固な内部統制を構築できるように、さまざまな取り組みを推進しています。販売会社とのコミュニケーションを強化しながら、CSRマネジメントのさらなる向上を目指しています。

販売会社と共同で取り組むCSRマネジメント

日産では、販売会社とともに一貫性のあるCSRマネジメントを推進するため、日本国内の日産販売会社向けにコンプライアンス強化を目的とした活動を継続的に実施しています。具体的には、コンプライアンスに関する管理レベルの把握と改善を目的とした「自己点検プログラム」を各販売会社で年2回実施。日産が提供する「自己診断チェックシート」をもとに、自社におけるコンプライアンスの現状や課題について把握し、PDCAサイクルを回しながら自発的改善活動につなげています。チェックシートは監査での指摘事項等を反映させながら更新し、修正・追加された項目についても周知・徹底を図りながら改善活動を実施しています。プログラムの実施状況は販売会社および日産の関係部署でも共有、取締役会への報告も実施し改善状況や有効性を確認するなど、販売会社とコンプライアンスへの意識を共有しながら、CSRマネジメントのさらなる向上を目指しています。

重大なコンプライアンス案件が発生した際には法務、広報、渉外など日産の関係各部署が連携しながら販売会社とともに適切に対応しています。

販売会社におけるコンプライアンス教育

日産では販売会社におけるコンプライアンス教育として下記を実施しています。

「行動規範」の定期的改定と周知・徹底

日産では、3年に1回、法改正への対応や、企業倫理に対する社会からの要請に応えるため、「日産行動規範(日本版)」の改定を実施しています。販売会社においても定期的に「行動規範」の改定を行うとともに、改定に合わせて従業員への教育を実施し、周知・徹底を図っています。

2013年10月に改定された「日産行動規範」に基づき、販売会社でも「行動規範」の改定・教育を実施しています。

page_106 「日産グローバル行動規範」を掲載しています

情報セキュリティ強化およびハラスメント未然防止

ウイルス感染やメール誤送信防止、PC紛失・盗難による情報流出防止など、日常業務の中で重大インシデントに結びつくようなリスクを回避するために、e-ラーニングで実施した内容に準じた教材を各販売会社に提供し、情報セキュリティ教育を実施しています。

SNSやブログに関しては、不適切な書き込み事例を販売会社と共有し、販売会社が社内に周知することで未然防止を図っています。不適切な書き込みにより、当該販売会社のみならず、日産グループ全体にどのような不利益が発生する可能性があるのかも伝え、啓発と再発防止を図っています。

ハラスメントに関しても、社会的関心の高まりや販売会社での発生事例を勘案し、パワー・ハラスメントを中心とした教材を提供。「パワー・ハラスメントにあたる行動・言動事例」「発生した際の影響」「販売会社での発生事例」「発生時の対応」等の内容を含み、これを活用した教育を2012年度から実施しています。2014年度は昨今の発生状況を踏まえ、「パワー・ハラスメントにあたる行動・言動事例」を中心に教材の一部を更新しました。

販売会社の活動に関して以下のページでも紹介しています
CO_2マネジメントに関する販売会社の取り組み page_38
「ニッサングリーンパーツ」を販売 page_40
「ニッサングリーンショップ」認定制度 page_42
セールス品質の向上 page_71

従業員

考え方や個性の違う従業員が互いに知恵を出し合うことは、多様化するお客さまのニーズに応えながら新たな価値を創造することにつながります。従業員は日産にとって持続的な成長を支える原動力であり、多様性を持つすべての従業員が貴重な財産です。日産は、一人ひとりが能力を最大限に発揮できる組織づくりが重要だと考えています。

日産の企業活動がグローバルに拡大する中、お客さまはもちろん働く仲間も多様化しています。また、高齢化や都市人口の増加といった人口動態の変化に伴い、仕事や生活に関する選択肢も増えています。従業員一人ひとりが安心して自発的に業務に取り組めるようにするには、性別や国籍などにかかわらずキャリア形成できる制度が求められますし、自らのライフステージに合わせて多様な働き方を選択できる環境整備も必要になっています。

日産では「ダイバーシティを尊重し経営戦略に生かす」「キャリア形成と学習機会を提供する」「労働環境の安全衛生面を向上する」「従業員とのコミュニケーションを強化する」という4つの柱で、従業員の職場環境の強化を推進しています。

2014年度女性管理職比率（日本）

8.2%

従業員

CSRスコアカード

2014年度目標に対する達成度　✓✓：達成　✓：ほぼ達成　×：未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」ごとの活動の進捗状況を確認し、レビューを行っています。ここでは「CSRスコアカード」のうち、日産が現在実行している事業活動の価値観や管理指標についてご紹介します。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2013年度実績	2014年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
ダイバーシティ	管理職の女性比率をグローバルで14%以上に引き上げる（日本は10%以上）	管理職の女性比率	グローバル：10.6%（日本［日産自動車㈱］：7.1%）	グローバル：12.0%（日本［日産自動車㈱］：8.2%）	✓✓	● 日本：女性従業員のキャリアサポートと、すべての従業員向けのワークライフマネジメントを向上させる ● 海外：各国の実態に合わせた施策を実施する	ダイバーシティの推進により、従業員の仕事と生活を充実させることで、お客さまにより大きな価値を提供する
キャリア形成と学習機会	学習する企業文化の醸成を推進する	教育受講者満足度調査の実施。年1回行う教育受講者に対するアンケート。スコアは各教育における平均スコアのうち最低のもの（5点満点）	4.4以上	4.2以上	✓	● 従業員が成長や満足を実感できる学習の機会を提供する ● 研修受講者満足度を4.4以上にする	学習する企業文化を醸成し、従業員一人ひとりが、自らの成長を実感できる組織を実現する
	自律的キャリア開発サポートを強化する	オープンエントリーポスト*充足率 *募集があれば自ら自由に応募できるポスト	73%	64%	✓✓	● オープンエントリーポストと応募者のキャリアのマッチング度を高めることでポスト充足率をより向上させていく	従業員一人ひとりの自主性を重んじたキャリア形成を支援する
安全な職場の構築	安心して働ける安全な職場づくりを強化する	労働災害度数率（世界） （度数率＝全災害件数［休業災害件数+不休災害件数］÷延べ労働時間×100万）	1.20	0.95	✓✓	● 日本で開発した安全監査手法を定着させる ● 各国での安全管理を主導できる人財を育成する	グローバルにおいて、日本と同じレベルの安全管理を徹底させる
従業員との対話	より多くの従業員の声を集約できるよう、高い従業員意識調査の実施件数・参加率を目指す	グローバルおよびリージョンごとにおける従業員意識調査の実施件数と参加率	調査の準備	2014年度グローバル従業員意識調査を実施、北南米・欧州・中東・アジアなど、さまざまな国の従業員が参加。グローバルで、95%の参加率を達成	✓✓	● 定期的に意識調査を実施し、その結果に基づき、改善活動を継続的に行う	従業員意識調査を通して、従業員が能力を最大限に発揮できる職場環境づくりに役立てていく

GRI G4 Indicators
G4-LA6/G4-LA12

従業員への取り組み

日産は従業員が意欲を持って課題に挑戦し、心身ともに健康で安全・快適に働くことのできる職場づくりに取り組んでいます。また、従業員の働く権利として、すべての従業員が相互の人権を尊重し、人種、国籍、性別、宗教、身体障がい、性的指向、年齢、出身、その他の理由で差別やいやがらせを行ったり、その状態を容認することを禁止しています。同時に、従業員のダイバーシティ（多様性）を尊重し、一人ひとりが能力を最大限に発揮しながら、高い目標に向かってチーム一丸で取り組める環境づくりを推進しています。

日産は世界中のグループ会社で働く者を含むすべての従業員を対象として「日産グローバル行動規範」を策定。従業員がどのように行動すべきかを定め、グループ全社でグローバルに適用しています。さらに、行動指針として「日産ウェイ」を掲げ、従業員一人ひとりの意欲を高め企業としての持続的な成長を目指しています。「すべては一人ひとりの意欲から始まる」というコアメッセージのもと5つの「心構え」と5つの「行動」を定めており、一人ひとりの取り組みがお客さまへの価値提供となるよう、全グループで実践しています。

「日産グローバル行動規範」の詳細を掲載しています
▶▶ page_106

「日産ウェイ」は日本語、英語、フランス語、中国語、ドイツ語、スペイン語、オランダ語、ロシア語の全8カ国語でグローバルに共有しています。さまざまな課題に対してすべてを曖昧にせず、分かりやすく共有化する重要性や最小の資源で最大の成果を出すことを目指す心構えや、モチベーションを持って高い目標にチャレンジすることなどの行動姿勢を示しています。また、異なった意見・考えを受け入れる多様性を尊重しながら取り組むことは、性別や国籍などを問わず従業員一人ひとりが活躍できる環境づくりにつながるだけでなく、新たな発想を生み、企業としての事業の発展にも貢献します。

すべての従業員の業績評価は「日産ウェイ」がベースとなっており、「日産ウェイ」の浸透に向け、従業員一人ひとりへの教育を行うだけでなく、グローバルに「日産ウェイ」の実践事例を共有し、経営層が「日産ウェイ」の重要性についてメッセージを発信するなど、全社一丸となって推進しています。

「すべては一人ひとりの意欲から始まる」

焦点はお客さま、原動力は価値創造、成功の指標は利益です。

Mindsets　心構え

1. **Cross-functional, Cross-cultural**
   クロスファンクショナル・クロスカルチュラル
   異なった意見・考えを受け入れる多様性。
2. **Transparent**
   トランスペアレント
   すべてを曖昧にせず、分かりやすく共有化。
3. **Learner**
   ラーナー
   あらゆる機会を通じて、学ぶことに情熱を。
   学習する組織の実現。
4. **Frugal**
   フルーガル
   最小の資源で最大の成果。
5. **Competitive**
   コンペティティブ
   自己満足に陥ることなく、常に競争を見据え、
   ベンチマーキング。

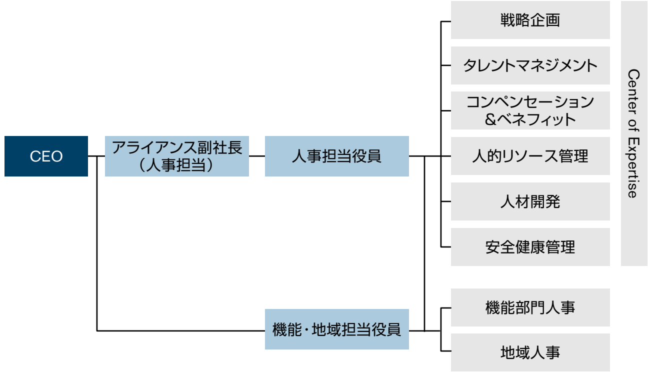
Actions　行動

1. **Motivate**
   モチベート
   自分自身を含め、人のやる気を引き出していますか?
2. **Commit & Target**
   コミット アンド ターゲット
   自ら達成責任を負い、
   自らのポテンシャルを十分に発揮していますか?
3. **Perform**
   パフォーム
   結果を出すことに全力を注いでいますか?
4. **Measure**
   メジャー
   成果・プロセスは誰でも分かるように測定していますか?
5. **Challenge**
   チャレンジ
   競争力のある変革に向けて継続的に挑戦していますか?

推進体制

日産では、「グローバルに展開する日産のビジネス」「ルノー・日産アライアンス」「各機能、地域に所属する従業員」という3つをそれぞれサポートするために、①COE（Center of Expertise）と呼ばれる人事専門の機能、②機能部門人事、③地域人事という3軸体制をとっています。機能部門と地域に関する人事については、人事担当役員のほかに、機能・地域担当役員にも報告しています。ダイバーシティを推進する組織は人事部門から独立しています。

人事部門の組織体制



2015年3月時点

ダイバーシティ

ダイバーシティ（多様性）は、日産の重要な経営戦略のひとつです。「多様性を尊重し持続的な成長を目指す」という共通のゴールに向かって、さまざまな取り組みを行っています。

グローバルなダイバーシティ推進体制

日産は、各部門を代表する役員をメンバーとした「ダイバーシティ・ステアリング・コミッティ（DSC）」を設立し、ダイバーシティに関する方針を決定しています。推進に関してはDSCが日本と欧州で主導的な役割を果たしており、北米では「アメリカズ・ダイバーシティ・カウンシル（ADC）」という会議体が実施しています。ダイバーシティに関する専属部署として、日本では「ダイバーシティ・ディベロップメント・オフィス（DDO）」が設立され、北米では「アメリカズ・ダイバーシティ・オフィス」が設立されています。また、その他の地域では人事部などがダイバーシティ推進業務を行っています。

ダイバーシティのグローバル推進体制

地域	推進会議体	推進業務担当
日本（グローバル本社）	ダイバーシティ・ステアリング・コミッティ	ダイバーシティ・ディベロップメント・オフィス
北米	アメリカズ・ダイバーシティ・カウンシル	アメリカズ・ダイバーシティ・オフィス
欧州	ダイバーシティ・ステアリング・コミッティ（欧州）	欧州人事部
中南米	–	渉外・ソーシャル・レスポンシビリティー部
アフリカ中東	–	アフリカ中東人事部
アジア・オセアニア	–	アジア・オセアニア人事部

ダイバーシティを企業の力に

日産は、ダイバーシティを企業の競争力と考えています。性別や国籍、文化、年齢、学歴、ライフスタイルなど、さまざまな背景を持つ従業員がいることで、新たな発想や考え方が生まれ、それがより大きな価値や独創的なソリューションを生み出し、より高い業績へとつながるからです。グローバルに広がるお客さまの多様なニーズに応え、より良い商品やサービスを提供するため、ダイバーシティを経営戦略のひとつと位置づけ、ジェンダー（性別）とカルチャー（文化）の2つを柱に、日産のすべての拠点で取り組んでいます。「女性の活躍支援」をグローバルに推進するとともに、ルノーとのアライアンスから生み出された「クロスカルチャー」を生かして、より高い価値創造を目指す「カルチャーダイバーシティ」に力を注いでいます。

拠点別では、日本で取り組んでいるのが「ワークライフマネジメント」です。性別や年齢などにかかわらず、人生の各段階やさまざまなライフスタイルに応じてフレキシブルに働けるよう、すべての従業員を支援しています。また、さまざまな職能で活躍する女性を確保するため、新規採用における女性比率に関して事務系50%、技術系15%、技能系20%というガイドラインを設定しています。北米では人種や性的指向、軍歴の有無などあらゆるダイバーシティを、企業としての価値創造に生かしています。欧州ではアライアンス・パートナーが多く存在するため、クロスカルチャーを企業活動に取り入れる取り組みを推進しています。

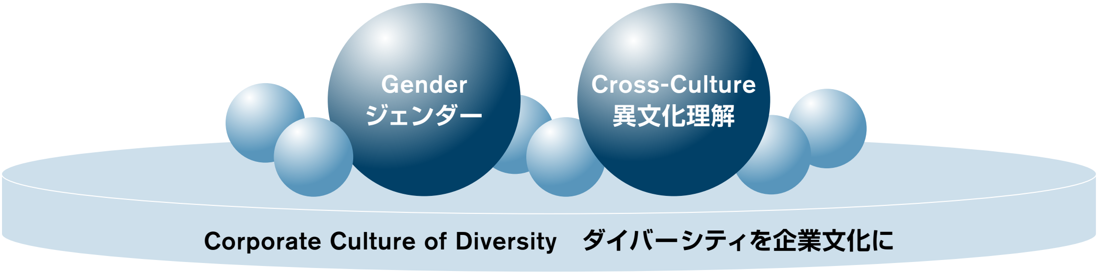
同時に、ダイバーシティを尊重する企業風土を強化するために、従業員一人ひとりがダイバーシティマインドを醸成できる活動にも取り組んでいます。

日産におけるダイバーシティ活動

多様化するお客さまのニーズに応えた商品やサービスを生み出す

多様な意見がぶつかり合うことで、より革新的で強い組織をつくる

より大きな価値の創造を目指す



ダイバーシティへの取り組みに関する詳細はウェブサイトをご覧ください
website

「女性の活躍支援」に向けたグローバルな取り組み

2004年度から継続的に取り組んでいる「女性の活躍支援」では、「女性のキャリア開発支援」「業務プロセスに女性の視点を反映」という2つを柱とする活動を行っています。

女性のキャリア開発支援をグローバルで実施

お客さまに多様な価値を提供するには、各プロジェクトや組織のリーダーとなる女性の活躍が欠かせません。日産は女性のプレゼンスを高めることに重点を置き、優れた管理職候補が将来に向けてしっかり準備し、より大きな責務を担えるようトレーニングを行うなど、事業を展開するすべての地域で女性のキャリア開発を支援しています。

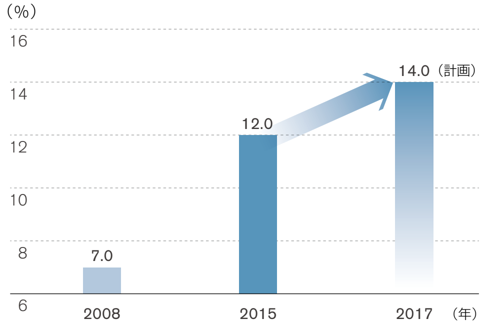
具体的には、能力開発のための研修や人事交流イベントなど、女性従業員を対象とした活動にも取り組んでいます。役員によるメンタリングプログラムやラウンドテーブルも実施し育成をサポートしています。

日本では、女性従業員とキャリアアドバイザーとの個人面談を通じて、一人ひとりに合わせたサポートを行ったり、若手女性従業員に対してキャリア開発会議を実施し、社外の女性たちとの交流を通して新たな刺激を受けたり、昇進した社内の女性管理職の体験談を自らの参考にできるよう、積極的なネットワークづくりを奨励したりしています。また、社内イントラネットには、意欲向上につながるよう、社内のさまざまな領域で活躍する先輩女性従業員のインタビューを掲載しています。

幅広い活動を推進した結果、日本では、部長級以上の女性の比率が2008年の2%から2015年4月時点で6.4%と3倍以上になり、全管理職での女性の比率は8.2%となっています。これは従業員数1,000人以上の製造業の平均値3.1%と比べると、良好な水準です（2014年厚生労働省統計による）。

グローバルでの女性管理職比率は、2008年の7%から2015年4月には12.0%に上昇しています。2017年4月までに14%を目指します。さらに、女性の海外出向が増加するなど、グローバルで女性が活躍しています。

グローバルにおける女性管理職比率



ウィメンズフォーラムを協賛

ルノー・日産アライアンスでは、働く女性の活躍を推進する国際的なシンポジウムである「Women's Forum for the Economy and Society（女性のための経済・社会フォーラム）」の協賛をしています。毎年フランスで行われる同フォーラムは、異業種で活躍する女性との対話や、ワークショップへの参加など、女性従業員にとって業種を超えてネットワークを構築し視野を広げられる機会となっています。日産は、同フォーラムに参加する従業員を毎年グローバル拠点からそれぞれ選出しており、2014年のフォーラムには11名の従業員が参加しました。

すべての業務プロセスに女性の視点を

日本ではクルマ購入者の30%が女性、さらに女性の意見を取り入れた男性が全体の30%に達するなど、購入決定の3分の2近くに女性がかかわっており女性が購入決定に与える影響は大きく、グローバルでも同様の傾向になっています。世界各地のお客さまの多様なニーズに応えるためには女性従業員の意見を反映させることが不可欠になります。

日産では、新型車の開発から製造・販売に至るまで、関係会社や販売会社も含め、事業のあらゆるプロセスに女性従業員の声を反映しやすい環境を整えています。例えば、日産のグローバル・コンパクトカー「ノート」の開発には、「チャイルドシートに子供を乗せやすいように、後部座席ドアの開閉角度を大きくしてはどうか」という女性の意見が反映されました。製造現場においても女性が作業しやすいよう、エルゴノミクス（人間工学）に基づいて設計した製造装置と作業工程を導入。性別や年齢に関係なく、誰もが働きやすいラインづくりに取り組んでおり、結果的に作業の効率化とミスの削減にもつながりました。

販売会社のスタッフも、さまざまなお客さまのニーズや質問に対応できなくてはなりません。2013年度から「レディー・ファースト・プロジェクト」という活動を開始。女性のお客さまでもクルマを選びやすいような店舗づくりやサービスの強化に力を入れています。その柱となるのが女性カーライフ・アドバイザー（CA）の存在です。日産の女性CAに対するお客さま満足度が男女を問わず高いことから、女性CAがさらに活躍できるよう、職場環境の整備や継続的な教育を行っています。2014年11月には「レディー・ファースト・プロジェクト女性CA研修会」を開催し、全国から全女性CAの約3分の1にあたる251名が参加しました。女性CA一人ひとりの意識の向上とレベルアップを図ることによって、新規に購入されるお客さまの増大を目指します。また、店舗での体験はもちろんアフターサービスでも女性のお客さまの満足度向上を目指した「レディー・ファーストショップ」認定を開始。全国108店舗で女性にうれしいサービスを展開しています（2015年4月末時点）。

また、日産ではお客さまと整備スタッフの橋渡しをするテクニカルアドバイザー（TA）にも女性を登用しています。女性の強みを生かして丁寧にしっかりとお客さまの要望に対応する女性TAに対するお客さまの評価は高く、販売会社に対する満足度向上に貢献しています。日産では「新人女性TA勉強会」を開催し、ネットワークづくりや情報交換を促進しています。

「カルチャーダイバーシティ」の定着

グローバル市場で事業を展開する日産にとって、さまざまな文化や国籍を持つ従業員の力を活用することは欠かすことのできない要素です。ルノーとの提携以降、「クロスカルチャー」を日産の強みとするために、文化の違いに気づき、受け入れ、さらに違いを生かしたシナジー効果を創出することで、「カルチャーダイバーシティ」を企業文化として定着させる取り組みを進めています。最近では海外出向のスタイルも多様化し、日本や米国など主要国を基点としない出向が男女ともに増加しています。他のグローバル企業にはあまりない事例であり、日産で「クロスカルチャー」が育まれている証でもあります。

企業が成長するためには、国籍や言語、年齢、経歴・学歴にこだわらず、広く人財を迎え入れることが重要です。副社長以上で構成するエグゼクティブ・コミッティは、半数が日本人、残りの半数は日本人以外であり、意思決定層にも日本国籍以外のメンバーが多数含まれています。さらにダイムラーやアフトワズ社とのパートナーシップをより効率的に推進するため、欧州においてドイツ語やロシア語のできる管理職比率を増やす取り組みを実施しています。

日産では、従業員が文化の違いを強みとして活用できるよう、いつでも誰でも受講できるe-ラーニングプログラムを用意しています。例えば日本では、異なる文化的背景を持つビジネスパートナーと協働しながら成果を挙げるため、従業員はこのプログラムを通じて互いを理解し、コミュニケーションを図る術を学んでいます。特に関係の深い特定国への理解を促すための研修も実施し、「カルチャーダイバーシティ」が日産の企業文化に不可欠な要素として根づくよう努めています。

ダイバーシティマインドの醸成

日産ではダイバーシティをテーマにした地域ごとのイベントや、世界各地の従業員向けの研修を行っています。また、従業員は社内イントラネットにアップされたダイバーシティに関する記事や動画を通して、会社のダイバーシティに対するビジョンを学ぶことができます。

日本では、新任課長研修の中で「ダイバーシティ研修」を実施しています。日産におけるダイバーシティの重要性を理解し、多様な人財を生かすことを学び、どのようにビジネスに役立てていくのかを考える有効な場となっています。今後介護と仕事を両立する従業員が増えてくることを見据え、2015年には、介護の基礎知識を学び、会社の制度や地域のサービスを活用しながら自分がどう両立をしていけるかを考えるセミナーを実施しました。また、世界各国でビジネスにおける重要度が増してきている「性的少数者（LGBT）」に関する勉強会なども実施しました。

米国では、「信頼され成長する企業になる」というビジョンを達成させるためにはダイバーシティの推進が必要であるという認識を、一般従業員から管理職層までのすべての層に対して浸透させるため、「Championing Diversity」という研修を実施しました。職場において、さまざまなバックグラウンドや視点を持つ人々とともに働くために必要なコミュニケーション方法を学び、複数のチームで協働して成果を出すことにつなげています。

欧州では、文化の違いに対する認識を高め、多文化環境の中で働くすべての従業員を支援するためのプログラム「多文化の効果を引き出すトレーニング」を実施しました。

オーストラリアでは、さまざまな国籍の人と働いていることを実感し、「クロスカルチャー」に関するマインド醸成に寄与するイベントを実施しました。

ワークライフマネジメントの推進（日本）

日産は従業員一人ひとりの成長と会社への貢献をともに実現することが大切だと考えています。ビジネス環境がグローバルに拡大する中、ライフステージも多様化していますが、男女ともに能力を発揮し活躍し続けるためには、誰もが時間制約や時間当たり生産性を意識した働き方を実現する必要があります。日産では、従業員による仕事と育児・介護の両立を支援するため、ライフステージに応じたフレキシブルな働き方をサポートし、従業員の性別にかかわらず幅広い働き方を選択できるさまざまな制度を導入しています。日本国内では、「結婚」「配偶者出産」「育児」「介護」を理由とした「ファミリーサポート休暇」、育児・介護のための就業時間短縮制度および在宅勤務制度を導入。また、神奈川県厚木市にある日産テクニカルセンター（NTC）に日産初の事業所内託児所「まーちらんど」を開所し、2012年度にはグローバル本社と日産グローバル情報システムセンター内にも新設しました。

こうした両立支援制度をさらに生かし、育児・介護といったライフイベントがあっても望んでいたキャリアが実現できるようにするには、従業員が主体的に選択し制度を活用することが必要です。日産では産休に入る前や復職する前にセミナーを実施し、育児休業から復職する従業員が周囲の理解や協力を得ながら、前向きに仕事に復帰できるよう具体的なヒントや心構えを提供しています。休職中にはパソコンを貸し出し、職場との接点を維持しています。復職後も両立計画支援を目的とした上司との面談を強化するとともに、上司が育児両立社員へ適切な支援ができるよう情報提供やワークショップを実施しています。

配偶者が海外に転勤する従業員には、キャリアを継続できるように、最長3年間の帯同休職制度を設けています。またやむを得ず退職した従業員がキャリアを再開できるように、再雇用制度を設けています。

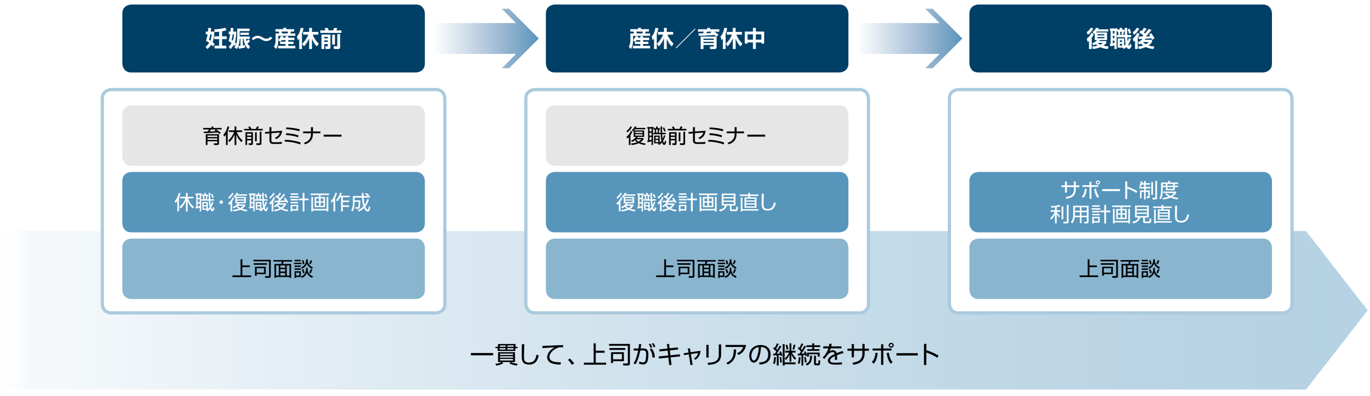
また、社内ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）「両立パーク」を利用することで、育児と仕事の両立に役立つ情報を従業員同士が交換できるようにしています。2005年4月施行の次世代育成支援対策推進法に基づく行動計画については、その取り組みと目標の達成が認められ、子育て支援に積極的な企業として認定を受けています。

日本国内の全従業員* 対象のワークライフマネジメント施策としては、2014年1月から在宅勤務を月に5日間（40時間相当）活用できるようにしました。在宅勤務を活用し通勤時間を育児や介護に充てれば、業務時間を犠牲にすることなく仕事と生活を充実させることができます。また、育児や介護に従事していない従業員にとっても、通勤時間などの有効利用が可能になり、チーム全体で取り組むことで成果向上につながります。グローバルに点在する仲間との新しい働き方の演習にもなるこの制度の利用登録者は2,000人を超えています。

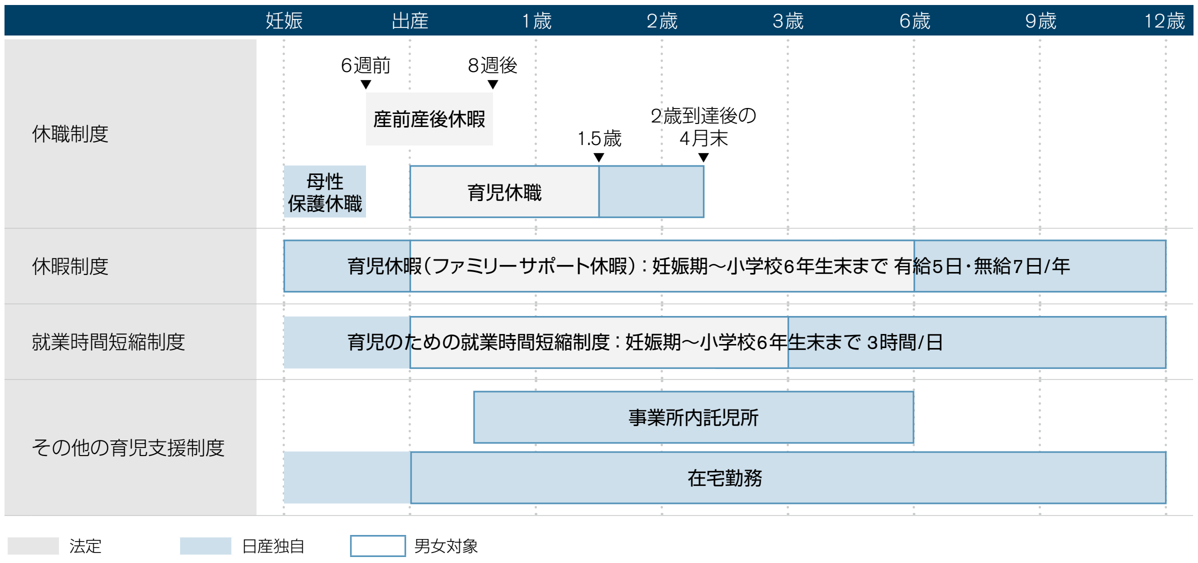
* 間接従業員

website
厚生労働省の「仕事と生活の調和推進プロジェクト」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

日産の従業員キャリアサポートの全体像



日本国内の出産から育児までの諸制度



トップダウンとボトムアップによりダイバーシティを推進

日産では、ダイバーシティ促進に向けてトップダウンとボトムアップという両輪が必要だと考えています。役員の強いリーダーシップと現場の力がともに推進力となりさまざまな活動が実行されることで、ダイバーシティが組織に浸透していきます。

ボトムアップに関しては自発的な学びの機会を重視しています。日本では、神奈川県厚木市にある日産テクニカルセンター（NTC）と日産先進技術開発センター（NATC）において、仕事と家庭の両立を考える女性エンジニア有志によるチーム活動が始まりました。2012年度のトライアルを経て、2013年度に本格的に開始された活動では、情報交換やお互いの悩み相談、女性ロールモデルへのヒアリングなどを通して、女性が働き続けることについてのさまざまな知見を共有しています。

米国では、役員がスポンサーとなり多様な従業員が自発的に参加する「ビジネス・シナジー・チーム（BST）」を構成。多様性を生かしながら、ビジネスにおける目標達成につなげたり、社内での組織横断的な連携を強化したり、また地域社会との協力の場を広げるなど幅広い活動を展開しています。BSTの運営は、テネシー州フランクリンにある北米日産会社（NNA）本社、ミシガン州ファーミントン・ヒルズにある研究開発施設、ダラスに本社のあるニッサン・モーター・アクセプタンス、テネシー州スマーナおよびデカード、ミシシッピ州キャントンの各製造拠点が担当しています。

BSTで活気ある職場づくりに主体的に参加

BSTは多様な従業員を共通するテーマでつなげるものであり、専門性の高いメンバーで構成されています。2007年に初めてのBSTである「女性のBST」が設立されて以来、異文化コミュニケーションを通して顧客対応力の強化を目指すBSTや、「ジェネレーションBST」「ゲイ-ストレート アライアンスBST」など、現在では19のチームが米国で活動しています。

「女性のBST」では、若い女性に技術分野でのキャリア選択に興味を持ってもらうため、2013年からマイクロソフト社と提携し、女子高校生を対象に「DigiGirlz」と銘打った1日イベントを開催しています。日産が革新的な製品の製造・販売に向け開発した独自の技術力や技法を紹介するほか、役員による講演や体験的なプログラムを提供することで、女子学生は「リケジョ」という選択肢について学ぶことができます。

2014年には、健康に関するBSTが米国の全拠点でスタート。テキサス州ダラスにある米国日産販売金融会社(NMAC)のウェルネス・チームは、身体的側面や精神的側面はもちろん、健康推進に関するすべての側面に焦点を当てて活動しています。

従業員は自発的にBSTに参加することにより、意欲的で活気ある職場の環境づくりに主体的に参加するとともに、日産のダイバーシティ推進に貢献しています。

米州地域でのダイバーシティ推進の取り組み

ダイバーシティ組織体制

北米日産会社(NNA)では、米州地域におけるダイバーシティ活動を統括するリージョナルダイバーシティコミッティを立ち上げました。このコミッティが同地域のダイバーシティ活動に対する責任組織となり、米州各地域への指導を行います。さらに米国、カナダ、メキシコ、ブラジルにおけるそれぞれのダイバーシティ活動を統括するリージョナルオフィスも設立しました。

女性やマイノリティ従業員のためのメンタリングプログラム

メンタリングは、日産にとって重要な人財、特に女性や民族的少数派などマイノリティの従業員がモチベーションを高め活躍し続けるための重要なツールです。NNAでは、非公式、公式、小グループ、個人、テーマ別などさまざまな形態でメンタリングプログラムを提供しています。また、これまでの成果を評価し、プログラムを常に改善しています。

サプライヤーにおけるダイバーシティ

「全米マイノリティ・サプライヤー開発会議(NMSDC)」や、「全米女性経営者会議(WBENC)」は、マイノリティあるいは女性がかかわるビジネスの定義をまとめていますが、NNAはこの定義に基づいて多様なサプライヤーとの関係推進に尽力しています。

地域社会におけるダイバーシティ推進

NNAはまた、学生向けプログラムへ投資し、STEM(理系)分野での機会を提供するなど、未来のリーダー育成にも貢献しています。若者を支援する主な活動のひとつに、恵まれない地域への奨学金制度があります。その他、ダイバーシティ採用グループは奨学生を受け入れるインターンシップや雇用の機会向上などにも努めています。

ダイバーシティ推進の今後の課題

日産が本格的にダイバーシティ推進に取り組んで10年が経ちました。販売台数の8割が海外での販売となり、グローバルなパートナーシップに基づく協業もますます増えてきましたが、常に異文化への理解と尊重を大切にしてきました。グローバル各社において、さまざまな分野で女性が活躍しています。管理職における女性の割合も着実に増えています。

これからのテーマは、グローバルなビジネス環境下で、性別や国籍などにかかわらずさまざまな従業員が、おのおのの能力を最大限に発揮し活躍し続けるために、誰もが柔軟で効率的な働き方ができるようにすることです。

日産は多様な人財の活躍推進を通じた組織力向上とビジネスにおける成果の最大化を目指し、ダイバーシティを企業戦略として強力に推進していきます。

日産ダイバーシティ10年の歩みと評価

日産は2004年に、ダイバーシティ推進の専任組織「ダイバーシティ・ディベロップメント・オフィス（DDO）」を設立し、女性活躍推進や異文化理解を柱にさまざまな取り組みを推進してきました。こうした日産のダイバーシティへの取り組みと従業員の多様性を重視する姿勢は、社外からも高い評価を受けています。

2015年には、女性活躍推進に優れた上場企業「なでしこ銘柄」に選定されました。これは2013年から3年連続での選定となります。さらに、内閣府男女共同参画局が2015年より創設した「女性が輝く先進企業表彰」において「内閣府特命担当大臣賞」を受賞しました。

また、一般社団法人日本テレワーク協会主催の「第15回テレワーク推進賞」においても、在宅勤務制度を拡充し、現場での活用推進を進めてきた結果として、「優秀賞」を受賞しました。

これらの賞は、ダイバーシティに対する強いコミットメントが成果を生んでいること、そして文化やジェンダーの壁を越えた多様性を企業競争力の要とする戦略が着実に進んでいる証拠だと考えています。

これまでの主な外部評価

年	タイトル	主催団体
2007	くるみん取得	厚生労働省
2008	「カタリストアワード」受賞	NPO法人カタリスト（米国）
2008	第1回「人を活かす企業—ダイバーシティ」大賞受賞	東洋経済新報社
2012	ESG銘柄選定	東京証券取引所グループ
2013	「2013J-Win ダイバーシティ・アワード 」アドバンス部門大賞受賞	NPO法人J-Win
2013	ダイバーシティ経営企業100選選定	経済産業省
2014	「2014J-Winダイバーシティ・アワード」個人賞の「経営者アワード」を志賀副会長が受賞	NPO法人J-Win
2014	「DiversityInc Top 25 Noteworthy Companies for Diversity & Inclusion」に選定	DiversityInc（米国）
2015	「女性が輝く先進企業表彰 内閣府特命担当大臣賞」受賞	内閣府男女共同参画局
2015	「第15回テレワーク推進賞優秀賞」受賞	一般社団法人日本テレワーク協会
2015	Corporate Equality Indexで100点（満点）を2年連続で達成	Human Rights Campaign（米国）
2015	なでしこ銘柄3年連続選定	経済産業省と東京証券取引所グループ共同

米国ではその他にも受賞あり

キャリア形成と学習機会

日産では、「自らのキャリアは、自らデザインする」という考え方のもと、従業員のキャリア形成をサポートしています。また日産は、"学び"とは価値創造のために「ストレッチ」することであり、価値創造への意欲なしには「学習する企業文化」は生まれないと考えています。従業員の成長をサポートし、学び続ける組織として人財の開発に取り組んでいます。

人事制度の継続的な改善

従業員一人ひとりの能力やポテンシャルを大事にする日産では、組織として従業員の潜在能力を最大限に生かすために、継続的な人事制度の改善に努めています。従業員が意欲を持って高い成果を達成できる仕組みとして、会社に貢献している度合いを正しく判断する評価報酬制度を導入。課題(コミットメント)をいかに達成したかを結果で判断する「パフォーマンス評価」、およびスキル、知識、心構えなどの行動特性を捉える「コンピテンシー評価」により、報酬を決定しています。

自律的なキャリア形成を支援

「従業員が価値を生み出す限り従業員自身の成長と満足を得る機会が与えられる」という人事マネジメント方針に基づき、日産では従業員のキャリア形成へのサポートを目的とする、上司とのキャリア面談を少なくとも年2回実施しています。「パフォーマンス評価」「コンピテンシー評価」と併わせて、従業員一人ひとりが上司と話し合いのうえ、自らのキャリアに関する合意を形成していきます。

面談における成長・キャリア形成の支援策を充実させるため、上司の評価スキルを向上させる研修プログラムも運用しています。評価を支援する専用のシステムもあり、上司が代わっても過去の評価内容がひと目で分かり、評価・育成の取り組みの一貫性を保つようにしています。さらにキャリア面談に関する従業員の声を吸い上げ、評価に対する理解度・納得度などの運用状況を把握するため従業員に対してサーベイを実施し、必要な対策や運用改善につなげています。従業員のキャリア面談満足度も毎年モニタリングを行い、評価に関する理解度・納得度は向上しています。

一方、従業員が自ら希望する仕事にチャレンジする仕組みとして、日本では「シフトキャリア制度」と「オープンエントリー制度」を用意しています。「シフトキャリア制度」は、ポストの募集に関係なく、自ら希望する部署や職種に自由に応募できる制度です。「オープンエントリー制度」は、ポストの募集があればその部署に応募できるもので、2014年度は113のポストに167名がエントリーし、72名が合格しています。

学習機会の提供

日産では、層別に必要なスキルを習得するための社内研修を実施し、また従業員一人ひとりがチャレンジし学ぶことができる機会を提供するなど、学習する組織文化の醸成に努めています。

本社で開催している本社人事実施の集合研修実績

(年度)

	2012	2013	2014
年間受講人数(人)	13,834	13,078	**14,007**
総受講時間(時間)	411,727	393,370	**452,631**
従業員1人当たり受講時間(時間)	16.9	16.6	**19.4**
受講満足度(最高点:5.0)	4.3以上	4.4以上	**4.2**以上
従業員1人当たりの投資(円)	67,200	70,000	**71,700**

日産ラーニングセンター

高度で幅広い能力開発機会をタイムリーに提供するために、従業員向けの専用研修機関として「日産ラーニングセンター」を設置。「従業員は会社における最も重要な資産であり、そのモチベーション向上が重要である」という考え方に基づき、従業員の学習機会をサポートしています。従業員の行動指針である「日産ウェイ」に基づく人財育成を目指す同センターでは、部課長層ならびにスタッフ層を対象として「日産ウェイの浸透」「マネジメントスキル向上」「ビジネススキル向上」「技術スキル向上」の4つの柱で活動を行っています。特に、日産ラーニングセンター内に設置された「モノづくり大学」では、モノづくりの中核を担う人財育成のため以下の活動を強力に推進しています。

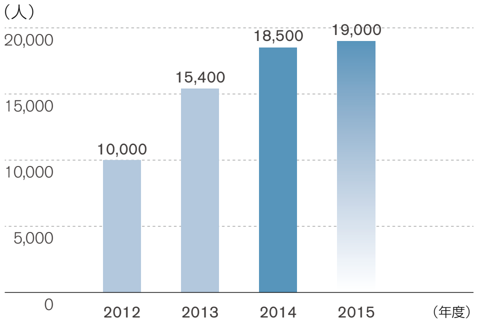
モノづくり大学

技術革新やハイテク化が急速に進む自動車業界において、グローバル競争をリードする日本のモノづくりを維持・発展させるためには、先進的なクルマづくりやテクノロジーを理解し、管理能力と豊かな人間性を備えた人財が求められます。リーダー層の継続的な育成と次世代への技術・技能伝承を目的に、日産ラーニングセンター内に「モノづくり大学」を設置。「日産ウェイ」の実践を通して成果を出し続けることができる「日産DNA」を持った技術者・技能者などの育成を目的に、さまざまな育成プログラムを実行しています。モノづくり大学は「日産テクニカルカレッジ」「現場管理スクール」「エンジニアリングスクール」という3つの組織で構成されています。

グローバルに展開する技術教育

日産のグローバル展開を強化するには、全世界で働く従業員一人ひとりの技術力を向上させることが不可欠です。研究開発部門および生産部門では、日本ならびにすべての地域で従業員の技術力を高めることができるよう、成長の機会を平等に提供しています。

研究開発部門で行っているグローバルトレーニングプログラムの受講者数（2015年度以降は計画）



マネジメントの質の向上

中期経営計画「日産パワー88」を達成し持続的な成長を実現するため、日産ではマネジメントの質の向上に取り組んでいます。日本では、課長職を中心に、課長補佐職から部長職までを視野に入れた研修体系を整備し、「日産ウェイ」の実践促進の機会および業務マネジメントと対人マネジメントを段階的に伸ばしていく機会を提供しています。具体的には①行動特性・マインドセットについて教育を行う「日産ウェイ」「カルチャーダイバーシティ」教育、②一人のプロとして行動できる人財を育成する「ビジネススキル」「リーダーシップ」および「リベラルアーツ」教育、③現場を大切にし、人と協業しながら最大限の成果創出をマネジメントする「現場マネジメント」教育、の3つを柱にそれを補完する各種プログラムを実施しています。

website
「日産パワー88」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

欧米では課長職を対象に、「日産ウェイ」を実践している高業績者の行動特性を活用したプログラム「日産ウェイリーダーシップアカデミー」を実施し、人財育成に取り組んでいます。

将来の経営層やリーダーの育成

日産の将来を担う経営層や専門性を持った部門のリーダーを継続的に輩出するため、戦略的・体系的なタレントマネジメントの仕組みをトレーニング、ローテーション、採用などの施策に取り込み実施しています。

具体的には、日産が培ってきた知識や経験を次世代に継承するためのリーダーシップ研修を若手層、地域のミドルマネジメント層、グループ全体のマネジメント層など成長段階に合わせて実施しています。同研修は、集中的にビジネススキルを学ぶ集合研修、実際に解決すべき課題に取り組むアクションラーニング、また多様性への理解を促進するカルチャーダイバーシティ研修などで構成されています。

また、将来を担う人財が経営層やリーダーとして必要な経験を得られるよう、複数のローテーションプログラムを戦略的・計画的に実施し、マネジメントポストやグローバル機能を実践できる機会を提供しています。

採用においては、新卒採用だけでなく、経験者やミドルマネジメントレベルにおいても積極的に外部の優秀な人財を獲得するなど人財の充実を図っています。

こうしたタレントマネジメントの仕組みを確実に運用するため、マネジメント層による人事会議を定期的に実施し、優秀人財の特定、育成計画の作成、後継者計画の策定を行っています。日産の戦略的タレントマネジメントシステムは、グローバルに連携しながらグローバル、地域、ファンクションの各レベルにおいて活発に実施されています。

次世代に伝承する「エキスパートリーダー制度」

企業が持続的に発展するためには、従業員一人ひとりの専門知識やスキルを中長期的に高めていくことが重要です。日産では技術系に限らず、購買や経理など非技術系も含めたさまざまな領域での専門性の強化・発展を目的として、「エキスパートリーダー制度」を導入しています。制度導入9年目の2014年度は、97の専門領域で53名のエキスパートリーダーと1名のフェローが活躍し、それぞれの領域で専門性を発揮しながら、日産のビジネス全体に貢献する役割を担っています。

また、イントラネットをはじめとする社内のさまざまなコミュニケーションツールを介して専門知識を共有化するとともに、技術・専門性の伝承を目的としたセミナーや講座を実施して、次世代の人財育成に貢献しています。

安全な職場の構築

日産では、作業者の負担低減と生産性向上に向けた改善活動を進めています。同時に、従業員の健康面についても最優先で確保していくことを全社的な方針として確認しています。

労働安全衛生のマネジメント

日産ではすべての従業員が安心して労働に従事できるよう、「日産安全衛生基本方針」を掲げ、従業員の安全はもちろん、健康面についても最優先で確保することを全社的な方針として推進しています。日本国内外の全事業所では、同方針に基づき、労働環境の安全衛生面に関する統一的なマネジメントをグローバルに実施しています。

日本では、毎年1回「中央安全衛生委員会」を開催しています。担当役員が議長となり各事業所の代表や労働組合の代表が出席し、「労働安全」「防火」「メンタルヘルス」「健康管理」「交通安全」などをテーマに1年の活動を振り返り、次年度の活動計画を決定しています。各事業所では毎月1回「安全衛生委員会」を開催し、労働組合の担当者も出席しています。職場ごとには「安全衛生推進員」を任命し、すべての従業員に情報が行きわたる体制をとっています。

グローバルでは、それぞれの拠点でPDCAサイクルを回しています。毎年2回、グローバルの各事業所とテレビ電話をつなぎ、情報共有や議論を行っています。さらに、労働安全衛生に関する世界各地域の担当マネジャーが集合する「グローバル安全会議」を隔年で開催しています。また、災害が発生した場合、ただちに詳細と対応策をグローバルに共有し、再発生の防止を徹底するよう努めています。

日本国内外の多くの事業所で、OHSAS18001* を含めた労働安全衛生マネジメントシステムを導入し、労働安全衛生活動が確実に実施される体制を整備しています。

* 労働安全衛生マネジメントシステムを構築するための規格。国際的に認知されており、第三者認証機関による認証取得が可能

労働安全基準をグローバルに標準化

従業員が最大限に力を発揮できるようにするには、一人ひとりの健康や安全に配慮した職場づくりが欠かせません。

日産では、職場環境に潜在する問題を積極的に洗い出し、その対応策を講じ、従業員の働きやすさを高めるよう努めています。2010年からは世界各地の拠点で異なっていた労働安全に関する指標をグローバルで標準化し、3ヵ月ごとに世界各地の職場の状況を把握しています。

生産ラインの環境改善

「人にやさしいモノづくり」を理念に掲げる日産では、継続的に作業環境の改善に取り組んでいます。例えば、夏期の気温の高い日の作業現場は身体的負担も大きく、熱中症にかかる危険もあります。特に作業量が多い職場については工場内の冷風化や給水タイムの設定などを積極的に推進し、快適な環境で作業ができるように常に改善を心がけています。

安全な職場づくり

日産では独自に開発した安全・防火リスク管理診断手法を導入し、工場における労働災害リスクを事前に回避する、危険ゼロの職場づくりに取り組んでいます。

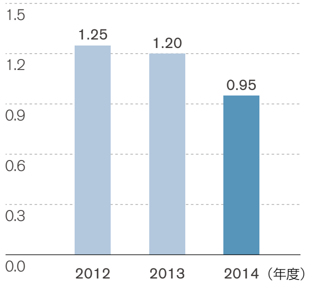
例えば日本では、労働災害や出火のリスクを事前に検出し摘み取るツールとして日産独自の「SES（Safety Evaluation System）」と「F-PES（Fire-Prevention Evaluation System）」を導入しています。決められた評価基準をもとに職場パトロールを実施し、職場に潜む労働災害や出火のリスクを検出することで実際の災害を減らしていく仕組みです。これらのツールの活用により、労働災害や出火の低減に効果を挙げてきました。

グローバルにおいても安全を脅かす労働災害リスクを回避するため、世界の各拠点から研修生を受け入れ、労働安全に関する実習を行い、安全の確保に努めています。SESとF-PESについても、海外拠点担当者に研修を行い、2014年度からグローバルの各拠点に本格的に導入を開始し、2015年度には全拠点に導入する予定です。

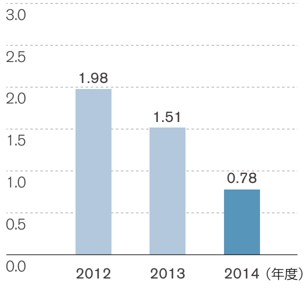
また、生産の現場で作業者一人ひとりが災害のリスクに気づき、発生を未然に防げるよう、日本の事業所では危険予知トレーニング（KYT）を2011年から組織的に実施しています。同トレーニングによって作業者の危険感受性が養われ、作業者が労働災害に巻き込まれるリスクを減らすことができます。2014年度も継続し、繰り返し実施することでレベルアップを図りました。

グローバルの労働災害発生概況

労働災害度数率 1



エルゴノミクス関連疾病度数率 2
（筋骨格系障害）



1 （休業災害件数+不休災害件数）/総労働時間 ×1,000,000
2 （休業疾病件数+不休疾病件数）/総労働時間 ×1,000,000

専門性の高いメンタルヘルスケア

日産は精神科の医師を中心とする専門チームを結成し、従業員の精神面のケアにあたっています。2005年からは外部の専門機関との連携により、予防・早期発見から治療まで一貫したサービスを提供する「EAP」* を導入。2007年度以降は、プログラムの対象を生産ラインで働く従業員にも広げ、従業員とその家族も相談・受診やカウンセリングが利用できるようにしています。さらに、医師からの助言を電子メールまたは手紙で受け取れる「ストレスチェック」を毎年実施するなど、従業員のプライバシーにも配慮した、専門性の高いケアプログラムを提供しています。2011年度からは、従業員一人ひとりの心を強くすることに重点を置いたプログラムをメンタルヘルス研修に加えるなど、幅広い方面からメンタルヘルスケアを推進しています。

* EAP：Employee Assistance Program（従業員支援プログラム）

職場復帰のためのリハビリ施設を設置

メンタル不調をはじめとする傷病による休業が長期にわたるケースや休業が繰り返されるケースでは、職場復帰に際し適切な支援が必要になります。2008年より日産では、長期休業者や繰り返し休業者が職場復帰する際に外部のリワーク施設（長期休業者や繰り返し休業者が職場に円滑に戻るためのリハビリ施設）の活用をルール化するなど、従業員の職場復帰を支援してきました。2012年には事業所内にもリワーク施設を開設。それぞれの職場に適したプログラムを提供することで、復帰成功率は向上しています。

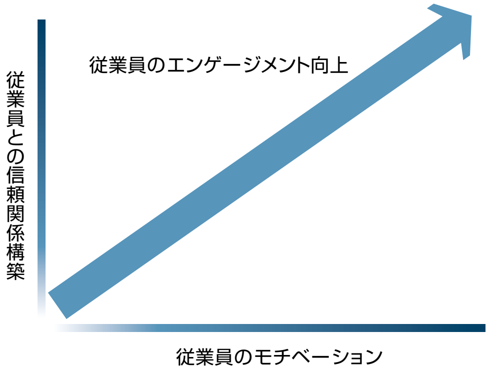
従業員との対話

日産の企業活動がグローバルに広がる中、企業も従業員もともに成長していくためには、従業員が日産の進む方向性を理解し、目標達成に向けて自発的に力を発揮しようとすることが大切です。企業の目標達成に取り組み、自らチャレンジすることが従業員自らの成長につながる一方で、会社のビジョン実現にも貢献します。すべての従業員が日産という企業に愛着を感じ、積極的に課題に取り組もうという意欲（エンゲージメント）を向上できるように、日産では従業員とのコミュニケーションを強化しています。

モチベーション向上と信頼関係構築を軸にコミュニケーションを強化

現在、日産は中期経営計画「日産パワー88」を推進していますが、この目標を達成するには、すべての従業員が日産の企業ビジョンに共感し、「日産パワー88」の意義を理解する必要があります。また、業績に自信を持ち、持続的な企業活動を信頼することも不可欠です。一方で、自発的に業務に取り組む意欲を高めるには、従業員のモチベーションを向上させなければなりません。日産では、従業員との信頼関係構築と従業員のモチベーション向上という2つの軸で社内広報活動を行っています。

従業員のエンゲージメント



コミュニケーションツールの強化

従業員と企業が信頼関係を構築するうえで重要になるのが、公正で透明性の高い情報開示です。日産では決算など業績に関する情報を従業員にタイムリーに提供しています。また、ルノー・日産アライアンスでは研究・開発、生産技術・物流、購買、人事といった分野での統合が加速し、さまざまなシナジーが生まれていますが、アライアンスに関する情報も幅広く共有し、従業員がシナジーを実感できるようにしています。

モチベーションの向上に関しては、日産の製品やサービス、技術に関する理解を促進するためタイムリーに情報を発信し、関心を喚起するとともに、ゼロ・エミッション社会へのリーダーシップや自動運転技術の開発など、長期的な取り組みに関する情報も随時提供しています。

また、各部門や役員との連携を深め、信頼関係構築とモチベーション向上のどちらにも貢献する情報に関しても積極的に発信しています。

信頼関係構築に向けた具体的なコミュニケーションとしては、CEOが前年度の業績や新年度の方向性を従業員に説明する「社長講話」があります。また、CEOがエクゼクティブ・コミッティメンバーとともに部課長層に会社の重要課題を共有する「リーダーシップ・エクスチェンジ」も年2回開催し、その内容は各部門長を通じて部全体に共有されています。ウェブを活用したエクゼクティブ・コミッティのメンバーと部長層とのライブミーティング「MIE」も毎月実施しています。

モチベーション向上のためのコミュニケーションとしては、従業員が会社の商品をより深く理解し、社外の方に自社商品の特徴や魅力を伝えられるよう、従業員向けの新車発表会や試乗会を実施しています。参加者からは「自社商品をさらに知ることで会社に対する誇りが強まり、仕事へのモチベーションが上がった」などの声が寄せられており、これらの取り組みが日産の魅力をアピールする「ブランドアンバサダー（大使）」を増やす絶好の機会となっています。

2013年度からは従業員のモチベーションを高めるプログラムとして、フォトコンテストをグローバルで実施しています。世界各国の従業員は決められた共通テーマを表現した写真を投稿し、従業員からの「いいね」獲得数により優秀作品として表彰されます。従業員が自ら発信できるだけでなく、「いいね」投稿という形で多くの従業員が参加できます。

また社内のコミュニケーションツールは、信頼関係構築とモチベーション向上の両方に効果を発揮しています。イントラネットの「WIN」は開設以来、従業員同士の積極的な情報共有や連携を促進してきました。日本・北米・欧州に続き、現在はその他の海外地域や主要関係会社においても「WIN」の利用を開始し、グローバルに従業員のモチベーションを向上させるような情報発信を行っています。また、工場など生産現場で働く従業員向けには紙媒体である「NISSAN NEWS」を毎月発行し、必要な情報を確実にタイムリーに伝えるよう配慮しています。

情報の受け手を巻き込む新たな情報発信「エンゲージメントキット」

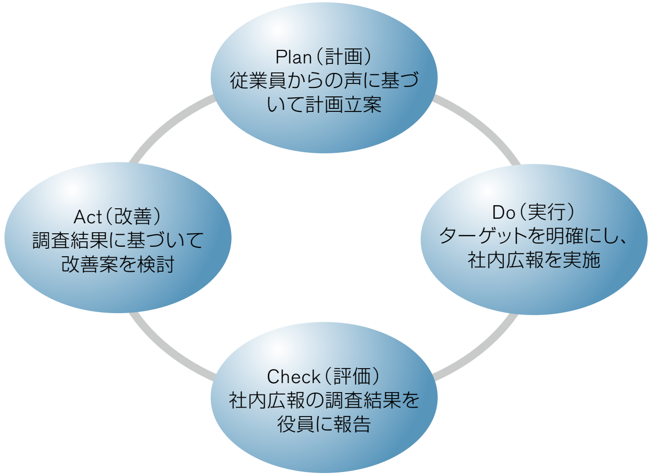
2014年度からは、日産のグローバルでの業務内容や実績・成果などを簡潔にまとめた「エンゲージメントキット」の発行を開始しました。部長層に毎月配布され、部門内で情報共有する際のコミュニケーションツールとして活用されています。同キットの狙いは情報の受け手を巻き込むことにあります。配布される部長層は情報を発信する役割も担い、部内での積極的なコミュニケーションを誘発しながら、従業員の理解促進を図り、モチベーションを高めていきます。

経営者層と従業員の意見交換会

社内の相互理解と信頼を深めるには、従業員の声を把握し、経営層とも従業員の声を共有することが大切です。日産では「日産パワー88」の目標達成に向け、従業員の自信獲得につながるような情報発信に取り組んでいますが、その効果も調査し、KPIとして継続的に社内広報活動に反映させています。具体的には社内広報に関するアンケート調査を定期的に実施し、その結果を経営層へ定期的に報告し共有するとともに、調査結果に基づいて誰に何を伝えなければならないかというターゲットを明確に定めて企画を立て、PDCAサイクルを回しながら社内広報活動を推進しています。

KPI：Key Performance Indicators（重要業績評価指標）

社内広報活動のPDCA



経済的貢献

新興国の経済は勢いを増し、世界経済は大きな転換期を迎えています。世界各地で都市化が進行し、インフラ整備が急務になるとともに、移動手段としてのモビリティへのニーズも高まっています。グローバルに展開する自動車メーカーとして、日産にはすべての人にモビリティを提供し、持続可能なモビリティ社会を実現するという大きな目標があります。その達成に向け、世界のあらゆる市場で商品を提供すべく、事業を地理的に拡大するとともに、開発から部品・資材調達、製造、物流、販売に至るすべてのバリューチェーンをグローバルに展開しています。

こうした企業活動を行っていくうえで、日産は自らの持続的な利益ある成長が不可欠なものだと考えています。利益ある成長は、雇用創出や地域の発展など社会全体の経済的発展に貢献します。日産は企業としての経済的な価値を最大かつ持続的なものにするために、中期経営計画「日産パワー88」を掲げ、実行しています。また、「人々の生活を豊かに」という企業ビジョンを掲げる日産は、技術革新に常にチャレンジし、ゼロ・エミッション車をはじめとする新たな市場を創出するなど、社会全体に対する価値を生み出していきます。そして、その成果を多くのステークホルダーと共有していきます。

車両生産拠点
〈2015年3月末時点〉
21カ国・地域

経済的貢献

CSRスコアカード

2014年度目標に対する達成度　✓✓:達成　✓:ほぼ達成　×:未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」ごとの活動の進捗状況を確認し、レビューを行っています。ここでは「CSRスコアカード」のうち、日産が現在実行している事業活動の価値観や管理指標についてご紹介します。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2013年度実績	2014年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
企業としての利益ある成長を加速	「日産パワー88」を実行・推進し、2016年度末までに連結営業利益率8%、グローバルマーケットシェア8%を達成する	連結営業利益率 （連結会社、中国合弁会社比例連結ベース）	5.3%	5.8%	✓✓	2015年度業績見通し 6.3%	持続的な利益ある成長を目指し、あらゆるステークホルダーに長期的な価値を提供し続ける
		グローバルマーケットシェア	6.2%	6.2%	✓✓	2015年度業績見通し 6.5%	

*2015.5決算発表時点　*2015.5決算発表時点　*2015.5決算発表時点

GRI G4 Indicators
G4-6

経済的貢献への取り組み

日産は事業を通じて、社会の経済的発展に貢献するとともに、社会の成長を持続可能なものにすることを目指しています。その実現に向け、2016年度までに実行すべき、明解かつグローバルなビジョンと具体的な戦略を示したのが中期経営計画「日産パワー88」です。日産は企業価値を最大化するため、この計画で掲げられたそれぞれの戦略を着実に実行していきます。

website 「日産パワー88」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

推進体制

日産グループは日産自動車株式会社とその子会社、関連会社およびその他の関係会社で構成されています。主な事業としては、クルマや部品を製造・販売する自動車事業とボートや部品を製造・販売するマリーン事業があり、販売活動を支援するための販売金融サービスも行っています。

世界的な本社機能として「グローバル本社」を設置し、各事業への資源配分を決定するとともにグループ全体の事業を管理しています。またグループを「日本・アジア・オセアニア」「中国」「北米」「中南米」「欧州」「アフリカ・中東・インド」という6つの地域に分けたマネジメント・コミッティによる地域管理と、研究・開発、購買、生産といった機能軸による地域を超えた活動を有機的に統合した組織により運営しています。

企業としての利益ある成長を加速

日産は自動車産業に大きく貢献する企業として世界をリードする役割を担っています。世界中の人々に最適なモビリティを提供する使命があり、持続可能なモビリティ社会の実現に向け、さまざまな課題の解決に貢献する必要があります。またイノベーションを通して新しい価値を創造し人々に提供することも日産の重要な目標です。こうした使命を果たすためにも企業として利益ある成長を持続することが不可欠です。中期経営計画「日産パワー88」は企業として成長を加速させる意欲的な計画です。企業としての実力を100%引き出すことで、社会全体に対しても雇用創出をはじめとする価値を生み出したいと考えています。同時に、重点分野および市場への戦略的な投資も継続しています。今後も適切な利益確保に努め、社会に対する価値創造を継続的に高めることを目指します。

重点分野および市場への戦略的な投資

グローバル市場における日産の成長を加速させるには、事業と市場を拡大し、世界のあらゆる市場でお客さまのニーズに合った商品を提供する必要があります。その実現にはグローバルに展開する生産体制を増強し、日産のモノづくり機能を拡充しなければなりません。

日産はニッサン、インフィニティに続く第3のブランドであるダットサンを復活させました。高い成長を続ける市場で将来の成功を夢見るすべてのお客さまに、ダットサンはクルマのある豊かな生活を提供します。2014年3月、インド市場では、ダットサン「GO」に続きダットサン「GO+(ゴープラス)」を発売しました。また、インドネシア市場では、MPVのダットサン「GO+ Panca(ゴープラス パンチャ)」とハッチバックのダットサン「GO Panca(ゴー パンチャ)」の販売を開始。このモデルは、西ジャワ州プルワカルタの新工場で生産されています。ロシア市場に向けてはロシアのお客さまのニーズに合わせてデザイン・開発した4ドア5人乗りセダン、ダットサン「on(オン)-DO(ドー)」とハッチバックのダットサン「mi(ミ)-DO(ドー)」の販売を開始。生産は、ルノー・日産アライアンスとパートナーシップを組んでいるアフトワズのトリアッティ工場で行われています。ダットサン・ブランド第4の市場となる南アフリカでは、2014年10月にダットサン「GO」の販売を開始しました。

インフィニティにおいては、米国テネシー州デカード工場で、インフィニティ「Q50」とメルセデス・ベンツ「Cクラス」用2.0リッター4気筒エンジンの生産を開始しました。ルノー・日産アライアンスとダイムラーAGの提携により、最大稼働時の生産能力は年間25万基規模となり、400名の新規雇用が想定されています。ダイムラーAGとの提携では、メルセデス・ベンツおよびインフィニティ向け次世代コンパクトカーの共同開発を発表。さらにメキシコ中北部アグアスカリエンテスに新工場を共同建設することで合意しました。年間生産能力は30万台に達する予定で、2021年の本格稼働時までに、新たに約5,700名の雇用を創出する見込みです。また、メキシコのサプライヤーベースを拡大し、高い現地調達率を実現します。

高級車へのニーズが高まっている中国市場では、日産自動車株式会社と東風汽車公司との戦略的パートナーシップをさらに前進させ、東風インフィニティ汽車有限公司(以下、東風インフィニティ)を正式に発足させました。中国のラグジュアリーカー市場でともに発展していくことを決意したものです。東風インフィニティは「一つの戦略、一つのブランド、一つのチーム、一つのチャンネル」という経営方針のもと、インフィニティ・ブランドを展開していきます。インフィニティ・ブランドとして中国での現地生産第1号車となるインフィニティ「Q50L」の販売を開始。生産を

スタートした湖北省の襄陽工場は、生産能力を年間25万台に増強しており、そのうちの6万台はインフィニティ・モデルの生産を担います。日本、米国に続く、インフィニティ3番目のグローバル生産拠点として、商品ラインアップを一層強化しつつ、中国事業のさらなる発展と拡大に取り組みます。

日産は、アフリカや東南アジアなど高成長を続ける市場でも事業を拡大し、生産ラインを拡充しています。ナイジェリアでは「パトロール」の生産を開始、「アルメーラ」「NP300」の量産も始まりました。インドネシアでは330億円を投資し、プルワカルタ第2工場を設立。インドネシアでの年間生産能力を25万台に拡大し、最大3,000名の雇用を創出します。アジアにおける成長戦略に欠かせないタイでは、サムットプラカーン県に同国で2番目となる工場を開設。生産能力は年間15万台に達し、2,000名の新たな雇用を創出します。同工場は次世代型ピックアップトラック「NP300ナバラ」のハブ工場となり、世界45ヵ国に向けて輸出する予定です。中国では大連工場で「エクストレイル」の生産を開始。現在、年間生産能力は15万台で、今後30万台にまで拡大する見込みです。

イノベーションマネジメント

少子高齢化や環境問題などさまざまな課題を抱える予測不可能な現代社会において、「将来のモビリティ社会に貢献する新たな価値の創造」は日産の大きなミッションであると考えています。日本、米国、インド、ロシアにある研究拠点では、社会のトレンドを見据え、将来の自動車社会に対応するための研究を行っています。

NRWが日産イノベーションの礎

新しい価値を発見・提案・提供できるイノベーションの礎となるのが、3つの柱からなる研究方法「NRW(Nissan Research Way)」です。1つ目の柱が「将来の技術動向と社会の価値観変化を見極めること」。2つ目が「世界の智が集うオープンイノベーションの拠点になること」。そして3つ目が「戦略的領域で内部に高い技術力を持つこと」。より高いレベルの「NRW」を実現させるため、革新的な研究を創出するマルチ・スペシャリストとしての人財を大切にしています。

2013年、ルノー・日産アライアンスは米国カリフォルニア州シリコンバレーに「Nissan Research Center Silicon Valley(日産総合研究所シリコンバレーオフィス)」を開設。世界の先端企業や大学の研究機関との連携が可能なオープンイノベーション拠点として、将来のニーズに応える快適なモビリティ社会の実現に貢献する研究を進めることが可能となりました。

主な研究分野としては、「安全でストレスのないモビリティの実現のための自動運転車両の研究」「エネルギーおよび時間効率を最大化する、インフラやインターネットなどの外部環境とつながる車両の研究」「自動運転車両やつながる車両で実現するモビリティ体験を、より快適なものにするためのインターフェース技術の研究」などになります。

2015年、日産総合研究所シリコンバレーオフィスはアメリカ航空宇宙局(NASA)エイムズ研究センターと、自動運転システムの研究・開発を共同で行う5年間のパートナーシップを締結しました。自動運転システムはもちろん、ヒューマン・マシン・インターフェースや道路交通環境および宇宙で使用される高度なハードウェア・ソフトウェアなど、さまざまな技術の開発に向け、協働します。自動運転技術を搭載したゼロ・エミッション車両を用いる実証実験には、惑星探査車を遠隔操作するのと同様の技術を適用。このパートナーシップにより自動運転技術の開発が加速することが期待されています。

2014 THOMSON REUTERS
TOP 100
GLOBAL INNOVATORS

日産はトムソン・ロイターが選定する「Top 100グローバル・イノベーター」を2年連続で受賞しました。同賞は、トムソン・ロイターが保有する特許データをもとに、先進技術や革新技術だけでなく普及につながる技術を分析し、全業種・全世界を通じて最も革新的な企業・機関に与えられます。「特許数」「成功率(特許登録率)」「特許ポートフォリオの世界的な広がり」「引用における特許の影響力」という4項目から評価されますが、日産は「特許ポートフォリオの世界的な広がり」「引用における特許の影響力」の高評価に加え、「成功率」で大きくスコアを伸ばしました。

株主・投資家の皆さまとの対話

株主・投資家の皆さまは持続可能な社会をともに創造していくパートナーです。日産の事業活動を正しくご理解いただくため、IR（株主・投資家向け広報）活動においては迅速で透明性の高い情報開示を継続的に行うことを基本としています。

株主・投資家の皆さまとのコミュニケーション

株主・投資家の皆さまとのコミュニケーションとして、四半期ごとの決算説明会に加え、機関投資家への個別訪問や証券アナリストとの取材対応を頻繁に行っているほか、会社主催の事業説明会や証券会社主催のコンファレンスなどを通じて会社の状況などを積極的に情報開示しています。また、個人投資家向けに開催される証券会社主催の会社説明会にも参加しています。さらに、投資家向けのウェブサイトを運営し、随時最新情報を開示しています。

事業説明会では毎年、投資家・アナリストの関心が高いテーマを選び、各部門・地域のマネジメント層から積極的に情報提供しています。2014年度は、ルノー・日産アライアンスで取り組んでいる新しい設計手法「コモン・モジュール・ファミリー（CMF）」や、アライアンスでの重要な取り組みのひとつである購買活動についての説明会に加え、2014年度の日産の販売実績をけん引した北米市場の事業戦略についての説明会を実施しました。日産は、長期的視野に立つ経営戦略や、競争力を強化するイノベーションの導入、最新の市場動向などに関して、さまざまな機会を通じて情報開示に努めています。

「コモン・モジュール・ファミリー（CMF）」に関する詳細を掲載しています
page_41

日産への理解をさらに深めていただくため、今後もニーズに合わせた適切な情報開示を実施していきます。

第115回株主総会

第115回定時株主総会は、2014年6月24日、パシフィコ横浜で開催され、1,617名の株主の皆さまにご出席いただきました。株主総会後には最高経営責任者（CEO）であるカルロス・ゴーンをはじめ執行役員以上が全員参加する懇親会を行い、対話の機会を持ちました。また、これに先立つ6月21日には、抽選により200名の株主の皆さまを追浜工場に招待して「日産自動車技術体験会」を開催しました。

株主総会は、日産の経営陣が株主の皆さまと直接コミュニケーションをとれる貴重な機会です。株主総会や関連イベントを通じて、株主の皆さまの意見に十分耳を傾けるとともに、疑問に対しても十分な説明をすることで、信頼に応えていきたいと考えています。

また、株主総会に際しては、株主の皆さまの日産への質問や意見を事前に募集し、説明や報告、質疑応答を充実させる取り組みを、2009年から続けています。

2008年から開催している「日産自動車技術体験会」では、工場生産ラインの見学やテストコースでの試乗体験などを通じて日産の技術を体感していただくほか、役員との懇談の場を設定し、活発な意見交換を行っています。株主の皆さまとの貴重なコミュニケーションは、直後に行われる株主総会の大きな参考となっています。

IR活動で外部から高い評価

日産は、公益社団法人日本証券アナリスト協会主催の第20回「証券アナリストによるディスクロージャー優良企業選定」において、自動車・同部品・タイヤ部門の2位に選定されました。「ディスクロージャー優良企業選定」は、企業の情報開示向上を目的に設立され、各業種のアナリストが、経営陣のIR姿勢、説明会、フェアディスクロージャー、コーポレートガバナンス、自主的情報開示の5項目における評価を行います。日産は、説明会などでの適切な質疑応答といったフェアディスクロージャーや、経営陣のIRへの積極的な取り組み、コーポレートガバナンスなどが高く評価されました。

IR情報に関する詳細はウェブサイトをご覧ください
website

目次・使い方
はじめに
CEOメッセージ
持続可能なモビリティ社会の実現に向けて
ブルーシチズンシップ —日産のCSR—
ルノーと日産のアライアンス
CSRデータ集
第三者保証
環境
安全
社会貢献
品質
バリューチェーン
従業員
経済的貢献
コーポレートガバナンス・内部統制

コーポレートガバナンス・内部統制

日産が持続可能な企業であるためには、高い倫理観と透明性、また強固な基盤を備えた体制が不可欠です。日産の事業はグローバルに拡大し、各地域で多様なステークホルダーの皆さまと活動していますが、すべてのステークホルダーから信頼され続ける企業であるためには、すべての従業員が高い倫理観を持ってコンプライアンス(法令順守)を実践しなければなりません。また、さまざまなモニタリングシステムを活用しながら経営の透明性を維持する企業統治の体制を構築するとともに、事業目標の達成を阻害する要因であるリスクを適切に評価し、効果的に管理することが重要です。日産は世界の各拠点が連携しながら管理体制をグローバルに整備し、従業員・ビジネスパートナーへの啓発活動に取り組んでいます。

「日産グローバル贈賄防止ポリシー」研修を受講した従業員
〈2013年度／日本〉
90%以上

コーポレートガバナンス・内部統制

CSRスコアカード

2014年度目標に対する達成度　✓✓：達成　✓：ほぼ達成　×：未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」ごとの活動の進捗状況を確認し、レビューを行っています。ここでは「CSRスコアカード」のうち、日産が現在実行している事業活動の価値観や管理指標についてご紹介します。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2013年度実績	2014年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
コンプライアンス	コンプライアンス違反未然防止の仕組みが機能し、日産のすべての会社でコンプライアンスの順守が徹底される	● グローバルコンプライアンス委員会の開催 ● 各地域の現状の把握と必要な対応策の策定状況	● 2013年度グローバルコンプライアンス委員会を5月と12月に開催 ● 「日産行動規範（日本版）」の3年に一度の改定を行い、日産自動車(株)の全従業員に教育を実施 ● 日本で輸出管理における新たな専門教育を実施。また輸出管理の徹底に向け、関係会社との連携を強化 ● 日本における社内窓口に加え、窓口を社外に設けた新たな内部通報制度「日産コンプライアンスホットライン」の運用を開始	● 2014年度グローバルコンプライアンス委員会を5月と12月に開催 ● マネジメント体制の刷新に合わせ、グローバルコンプライアンス委員会の新ガバナンスを決定 ● グローバルコンプライアンス関連のローカルガイドラインを地域ごとにイントラネットに掲載 ● 賄賂防止と輸出管理のGeneral Awarenessトレーニングを米州から開始。今後、他地域でも展開予定	✓✓	新興市場でのコンプライアンス機能を確立し活動を強化する	従業員一人ひとりが高いコンプライアンス意識を持ち、順守している
リスクマネジメント	毎年PDCAを正しく回し、リスクマネジメントを機能させる	リスクマネジメントプロセスに基づいた下記項目の実施状況 ● コーポレートリスクの洗い出しとリスクマップの見直し ● 経営に対する報告と提案 ● ステークホルダーに対するリスクマネジメント活動の情報開示 ● リスクマネジメント活動の進捗状況の管理と取締役会への定期的な報告	● 中期計画達成を阻害する可能性がある要因について、コーポレートリスクとオーナーとを経営会議体にて決定。当該リスクのオーナー主導のもと、リスクごとにリスクマネジメント活動を実行 ● それぞれの活動状況について、中間報告および年度末報告を内部統制委員会および取締役会に報告。会社全体としてもPDCAが回っていることを確認 ● 有価証券報告書の「事業等のリスク」、サステナビリティレポートおよびアニュアルレポート掲載の「リスク管理の状況」の記述の見直しを実施 ● 国内関係会社との会議を年2回開催。中国合弁会社との会議を開催。北米・欧州の各拠点およびルノーの担当者との情報共有・意見交換を実施	● 2014年度のコーポレートリスクとオーナーとを経営会議体にて決定。当該リスクのオーナー主導のもと、リスクごとにリスクマネジメント活動を実行 ● それぞれの活動状況について、中間報告および年度末報告を取締役会に報告。リスクマネジメントのPDCAはおおむね有効に回っていることを確認 ● 有価証券報告書「事業等のリスク」およびサステナビリティレポートの記述の見直しを実施 ● 国内関係会社との会議を年2回開催。北米・欧州・豪州・ブラジルの各拠点およびルノーの担当者との情報共有・意見交換を実施	✓✓	● 年度初めに当年度のコーポレートリスクを選定し、経営会議体に提案する ● 取締役会への定期的な報告を継続する ● 日産のリスクマネジメントについての評価を向上させるため、開示情報の見直しを行う ● グループ内でのリスクマネジメント機能の連携を維持するため、国内および海外関係会社との定期的な情報共有・意見交換を継続する	グローバルにリスクマネジメントの仕組みが機能していることで企業価値の向上に貢献するとともに、積極的な情報開示により外部からの理解にも貢献している
	情報セキュリティの維持・強化、情報漏えいの未然防止・被害最小化・透明性維持などが、ベンチマークレベルで達成されている	情報セキュリティポリシーに基いた下記項目の実施状況 ● 情報セキュリティ委員会の開催 ● 毎年の教育 ● インシデント管理 ● 情報資産管理 ● 情報セキュリティ評価	各活動をグローバルで徹底・強化 ● 情報セキュリティ委員会の開催 ● 毎年の教育実施、コンテンツの改訂 ● 社内インシデントのタイムリーな把握、再発防止の実施 ● 情報資産管理レベルの継続的向上、資産台帳精度の向上 ● 情報セキュリティ評価の実施、評価指標の改訂 ● サイバー攻撃、内部不正など、昨今の社外でのインシデント事例から、同様のことが自社内で起きないよう改善を実施	各活動においてルノーとの連携を強化 ● 情報セキュリティ委員会のマネジメント強化 ● 毎年の教育実施、コンテンツの改訂 ● 社内インシデントのタイムリーな把握、再発防止の実施 ● 情報資産管理レベルの継続的向上、ラベリングの徹底・強化 ● 情報セキュリティ評価の実施、評価指標の改訂 ● サイバー攻撃、内部不正など、昨今の社外でのインシデント事例から、同様のことが自社内で起きないよう改善を実施	✓	● ルノーとのさらなる連携強化を図る ● グローバルレベルで、レベル向上が求められる国・グループ会社の対策を強化する ● サイバー攻撃、内部不正などへの対策を継続して強化する	情報セキュリティに関するPDCAサイクルがグローバルに実施され、社会的責務を果たすとともに、安定した企業活動の遂行に寄与する

コーポレートガバナンス・内部統制への取り組み

日産ではガバナンスの体制、コンプライアンス(法令順守)、リスクマネジメントを企業経営における重要な要素と位置づけています。経営陣の責任が明確かつ透明性の高い体制を築くこと、すべての従業員が高い倫理観を持ってコンプライアンスを実践すること、そして、効果的で適切なリスク管理体制をグローバルに整備すること、この3つを基盤としてグローバルにガバナンスを推進しています。

コーポレートガバナンス体制

コーポレートガバナンスを充実させることは、日産の経営の最重要課題のひとつです。そのために最も重要なのは、経営陣の責任を明確にすることであり、日産はすべてのステークホルダーに対して明確な経営目標や経営方針を公表し、その達成状況や実績を速やかに高い透明性を持って開示しています。

企業統治の体制

経営の透明性や機動性を向上し、責任体制を明確にし、さらに取締役の業務執行に対して適切な監督・監査を行うため、取締役会*による監督と監査役による監査を行う体制および執行役員制度を採用しています。取締役会は社外取締役も含めて構成され、会社の重要な業務執行を決定するとともに、個々の取締役の職務執行に対する監督を行っています。

効率的かつ機動的な経営を行うため、取締役会の構成はスリムなものとし、業務執行については明確な形で執行役員および従業員に権限を委譲しています。さらに、会社の重要事項や日常的な業務執行に関する事項については、それぞれの業務執行責任者が議長となって審議し議論する会議体を設置しています。

website
* 取締役会に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

内部統制システムの基本理念

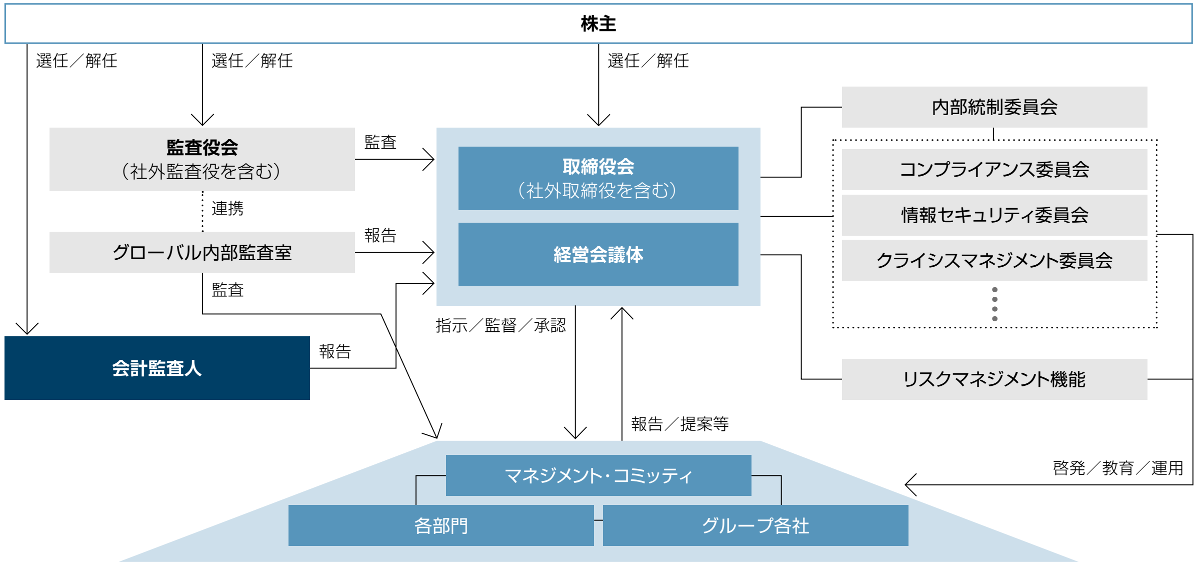
日産は、社内外に対して透明性の高い経営を重視するとともに、明確なコミットメントを達成するために、一貫性のある効率的な経営を目指しています。この基本理念のもと、取締役会では、会社法に定める内部統制システムおよびその基本方針を決議しました。取締役会はその責任において、体制と方針の実行状況を継続的に注視するとともに、必要に応じて変更・改善を行っています。また、内部統制全般について担当する取締役を置いています。

また、日産では監査役会制度を採用しています。監査役は、取締役会への出席のほか、取締役などから職務状況の聴取などを行い、取締役の職務執行全般にわたり監査をしています。会計監査人からは定期的に監査の計画および実施結果の報告を受けるとともに、意見交換を行い、その妥当性を判断しています。同様に、グローバル内部監査室からも定期的に報告を受け、監査の参考としています。

独立した組織による内部監査

日産は、独立したグローバル内部監査部署を設置しています。各地域では統括会社に設置された内部監査部署が担当し、具体的な監査活動をチーフインターナルオーディットオフィサー（CIAO）が統括することにより、グループ全体においてもグローバルにおいても有効かつ効率的な内部監査を実施しています。

日産の内部統制システムの概要



2015年3月時点

コンプライアンス

CSRを推進するうえでは、すべての従業員が高い倫理観を持ってコンプライアンスを実践することが重要です。日産は世界の各拠点に、コンプライアンス施策を推進する担当部署と推進責任者を配置し、コンプライアンス意識の醸成に努めています。

従業員におけるコンプライアンスの徹底

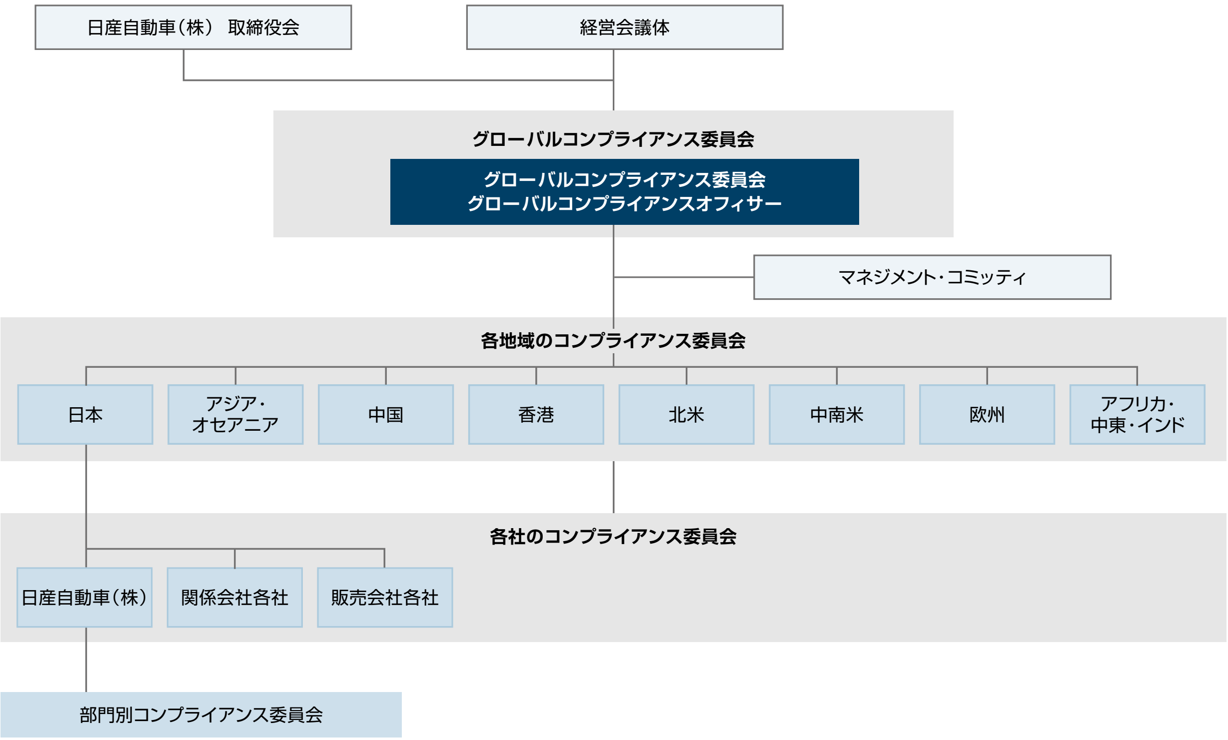
すべての従業員が高い倫理観を持ってコンプライアンスを実践することが、日産のCSR推進の基盤です。2001年には、従業員がどのように行動すべきかを「日産グローバル行動規範」として定め、グループ全社でグローバルに適用しています。

取締役や執行役員に対しても、「取締役・執行役員の法令順守ガイド」を策定し、定期的にセミナー・啓発活動を実施することなどによりその順守を徹底しています。

さらに「グローバルコンプライアンス委員会」の統括のもと「リージョナルコンプライアンス委員会」を地域ごとに設置して、違法行為や非倫理的行為を未然に防ぐグローバルな体制を構築。法令・倫理順守機能を高めるため、各地域、拠点が連携しながらコンプライアンスの周知徹底と違法行為の未然防止活動に取り組んでいます。日産グループでは、従業員が行動規範や法律に違反・抵触した場合、厳しく対処しています。また、コンプライアンスの管理をこれまで以上に徹底するため、2014年度、日産ではコンプライアンスに関する情報開示の範囲を再定義するとともに、グローバルな報告プロセスを策定しました。

page_106
「日産グローバル行動規範」の詳細を掲載しています

2014年度グローバルコンプライアンス委員会組織



2014年12月時点

安全保障に関する輸出管理

日産は、国家および国際間の平和と安全の維持に貢献するため、日本をはじめとする各国の安全保障に関する輸出規制法令の順守を徹底しており、規制対象となる貨物や技術について、テロ、産業スパイ、人権侵害等の懸念活動への拡散防止を図っています。各国・地域の法令の順守を確実に行うため、日産では、輸出管理担当役員を長とする自主管理体制を構築して、社内規程や業務プロセスを整備し、輸出管理事務局とビジネス部門が協働して厳格に運用しています。

内部管理を徹底し、法規制リスクを最小化するため、主要な3地域（アジア、米州、欧州）における従業員教育に力を入れています。e-ラーニング等による基本的な教育に加えて、2013年より各地域や部門のニーズに細かく対応する教育プログラムを強化しました。日本と米州では研究開発部門に対して該非判定に関する専門的な教育を実施しており、欧州ではルノー・日産アライアンスで統一した教育プログラムを推進しています。

輸出管理の取り組みでは、世界の各拠点でコンプライアンスの知識を高めるとともに、貿易の推進に力を入れてきました。例えば、輸出管理事務局は、世界に輸出する海外拠点の法規制管理を行いながら営業活動をサポートしています。さらに、世界各国で日産の先進技術を導入する際に、法規制に関するアドバイスを積極的に提供して、自動運転、車載コネクティビティ、電気自動車といった先進技術の発展を支援しています。

輸出管理に関するグローバル組織図

輸出管理担当役員

輸出管理事務局
日本・アジアパシフィック、米州地域（北中南米）、アフリカ・中東・インド・欧州

関連部門
マーケティングおよびセールス、研究開発、サプライチェーン・マネジメント、IT、製造など

各地域
日本およびアジアパシフィック地域、米州地域、アフリカ・中東・インド・欧州地域

コンプライアンスの徹底

日産では「日産グローバル行動規範」を定め、世界の各拠点にコンプライアンス施策を推進する担当部署と推進責任者を配置し、コンプライアンス意識の醸成に努めています。

また、すべての従業員が行動規範を正しく理解し、透明かつ公正な判断によって行動するための教育を重視しています。日本では、すべての従業員を対象に「日産行動規範（日本版）～わたしたちの約束～」を2004年に制定し、以降3年ごとに改定（2013年10月改定）。この規範に関するe-ラーニングまたはVTR教育を行い、受講後には規範順守の誓約書へ署名を求めるなど、周知徹底を図り、コンプライアンスに対する意識づけを強化しています。

北米では法令順守のためのさまざまな従業員教育を定期的に実施し、欧州では各国共通のガイドラインを作成。その他の海外地域でも、各国の事情を考慮したガイドラインを作成して周知活動に取り組んでいます。グループ各社でも「日産グローバル行動規範」を基準とした行動規範を導入しています。さらに、従業員がコンプライアンスに関する施策や行動規範の内容を確実に理解・尊重できるよう、積極的にグローバルレベルで研修を行っています。日本ではコンプライアンス施策がすべての従業員に伝達され、2013年度までに、90%以上の従業員が「日産グローバル賄賂防止ポリシー」*の研修を受けました。

また、「グローバル内部者取引防止管理規程」「個人情報管理規程」「情報セキュリティポリシー」「日産グローバル賄賂防止ポリシー」「グローバル・ソーシャルメディア・ポリシー」などの社内規程に基づいて、コンプライアンス違反の未然防止活動に取り組んでいます。

website
* 「日産グローバル賄賂防止ポリシー」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

日産グローバル行動規範

信条

私たちは、お客さま・従業員・株主・取引先・地域社会に対し、常に実直・誠実・公正・敬意の姿勢を持って接します。

下記行動規範は、日産グループ(以下日産)に働くすべての従業員に適用されており、従業員一人ひとりにこの行動規範をしっかりと維持・改善していく責任があります。

グローバル行動規範

1. 法律・ルールの遵守
   日産の従業員は、事業活動を行うすべての国の法律、すべての会社のルールを遵守します。
2. 利益相反行為の禁止
   従業員が心がけるべき最も重要なことは日産の利益です。会社の利益に反して、行動・活動すること、あるいは情報を使用することは禁じられています。
3. 会社資産の保護
   日産の従業員は会社のあらゆる資産、資金、情報および知的財産を維持し、保護する責任があります。許可なくこれらを使用または流用することは禁じられています。
4. 公平・公正な関係
   日産の従業員は取引先(販売会社、部品メーカー、その他の関係先等)と、公平かつ公正な関係を維持していかなければなりません。
5. 透明性と説明責任の確保
   日産の従業員は、株主、お客さま、他の従業員、地域社会等の関係者に対し、企業活動にかかわる情報を、公正性と透明性をもって、適時・適切に開示します。
6. 多様性の尊重と機会平等
   日産は従業員、取引先、お客さま、および地域社会の多様性を評価・尊重します。また、差別やいやがらせは、どんな形・程度にせよ容認されるべきではありません。
7. 環境保護
   日産の従業員は、製品を開発し、サービスを提供する際、事業目的の範囲内で環境保護を考慮しなければなりません。あわせてリサイクル・省資源・省エネルギーの推進に努めなければなりません。
8. 実践・報告の義務
   日産の従業員は、この行動規範に従い、業務を遂行することを期待されています。また、行動規範の違反を察知した場合には、速やかにその旨を報告する義務を負っています。その際、当該従業員は報復を受けることのないよう保護されます。

人権尊重と差別・いやがらせの禁止

日産は、「日産グローバル行動規範」の第6条「多様性の尊重と機会平等」において、従業員や取引先、お客さま、地域社会の多様性を受容・評価・尊重し、差別やいやがらせは、どんな形・程度にせよ容認しないことを定めています。役員および従業員は、相互の人権を尊重し、人種、国籍、性別、宗教、身体の障がい、性的指向、年齢、出身、その他の理由で差別やいやがらせを行ったり、その状態を容認することを禁止しています。また、職場におけるセクシュアル・ハラスメントやその他のハラスメント(いやがらせ)を許さないという立場で、男女を問わず、すべての従業員が被害に遭わないよう、その防止に努めています。

健全性を高める内部通報制度

日産では、グローバルに従業員一人ひとりがコンプライアンスを徹底し、企業活動が正しく行われるよう、内部通報制度を導入しています。従業員が意見・質問・要望を会社に直接伝える仕組みを整え、業務や職場の改善はもとより、企業倫理を順守する風土づくりに役立てています。

日本では、2006年4月に施行された公益通報者保護法に則した通報者保護の観点も織り込み、国内の日産グループ各社では会社の内部に窓口が設置されている「イージーボイスシステム」を運用しています。

また、「イージーボイスシステム」の定着を推進する一方、浄化作用をより高めるため、2013年8月より外部の通報窓口として「日産コンプライアンスホットライン」の運用を開始しました。「日産コンプライアンスホットライン」ではウェブサイトと電話の両方で受け付けており、従業員は実名もしくは匿名で通報することができます。第三者機関の経験豊富なカウンセラーが通報者のプライバシーを守りながら通報を受け付け、対応するにふさわしい部署・組織に通知するなど適切な対応をとります。

グローバルの各拠点においても、各国の文化や法律を考慮しながら、各社最適な形をとって内部通報制度を設置・運用しています。米国、カナダ、メキシコ、ブラジルでは、ウェブサイトや電話で、週7日、24時間体制のホットラインを設置しています。アジア地域や欧州でも本格的導入に向けた準備を進めています。

内部通報制度において、通報者は報告者保護の観点から不利益をこうむることはありません。

リスクマネジメント

日産ではリスクを「日産グループの事業目標達成を阻害する要因」と定義しています。リスクをいち早く察知・評価し、必要な対策を検討・実行することにより、発生確率を低減し、万が一発生した場合でも、その損害を最小にとどめる努力を続けています。

全社的リスクマネジメントの基本方針と管理体制

リスク管理は常に具体的な対策とつながった実質的な活動でなければなりません。

日産では「グローバルリスク管理規程」に基づき、グループ全体で活動を推進しています。具体的には、事業環境の変化に迅速に対応するため、リスク管理の専門部署による役員層へのインタビューを毎年実施。さまざまなリスクの洗い出しに続き、インパクトと頻度、コントロールレベルを評価し、全社的リスクマップの見直しを行います。そして経営会議体において、全社的に管理すべきリスクとその管理責任者を決定し、責任者のリーダーシップのもと、各リスクへの対策に取り組みます。さらに、それらの進捗状況は内部統制担当取締役が取締役会に適宜報告しています。

個別のビジネスリスクに対しては、発生時の影響と発生の頻度を最小にするため、各部門の責任において、本来業務の一環として必要な予防対策を講じるとともに、発生時の緊急対応策を整備しています。国内外の連結会社とも連携を深め、グループ全体でリスクマネジメントの基本的なプロセスやツールの共通化、情報の共有化を進めています。

また、社内のコミュニケーションツールとして導入されているイントラネット上に「全社的リスクマネジメント」のサイトを設け、日本・北米・欧州およびその他の海外地域や主要な関係会社向けにもリスクマネジメントに関する情報を発信しています。

日産は現在、中期経営計画「日産パワー88」* に取り組んでいます。グローバル市場占有率と営業利益率をともに引き上げるという意欲的な計画を達成するには、世界各地に展開している工場の生産能力を活用して投資を抑え、何らかのアクシデントが発生し停止した場合でも迅速に復旧させるなど、効率的な生産が不可欠です。

この中期計画をリスクマネジメントの観点からサポートするため、東日本大震災やタイの洪水で得られた貴重な教訓をさらに進化させ、取り組みの範囲をグローバルに、またサプライチェーンにも拡大して対応を進めています。

website
* 「日産パワー88」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

個人情報保護と情報セキュリティへの取り組み

日産では、情報セキュリティ全般に対する取り組みの基本方針である「情報セキュリティポリシー」をグローバルに展開し、情報セキュリティ委員会のもと、PDCAを回した対策を図っています。特に、グローバルで発生する社内外の情報漏えい事案については随時捕捉し、タイムリーに情報セキュリティの強化を実施することにより、確実に対応しています。同ポリシー徹底のため、情報セキュリティに関する社内教育を継続的に実施し、周知・定着を図っています。

また、各国における個人情報の保護に関する法律を順守し、お客さまの情報を適正に扱うことが社会的責務であると認識し、社内の管理体制およびルール、手続きを整備した個人情報管理規程を策定し、グループ会社全体において徹底しています。

website
リスク管理の状況については、ウェブサイトをご覧ください

会社データ ____**p109**

財務データ ____**p109**

従業員データ ____**p111**

社会貢献活動データ ____**p112**

環境データ ____**p113**

▶▶ website

GRI「サステナビリティ レポーティング ガイドライン」対照表はウェブサイトをご覧ください

会社データ

設立	1933年12月26日
本社所在地	神奈川県横浜市西区高島一丁目1番1号
事業内容	日産グループは、日産自動車株式会社とその子会社、関連会社等で構成されています。自動車、マリーンおよびそれぞれの部品の製造・販売を主な事業内容としており、さらに同事業に関連する「物流」「金融」をはじめとした各種サービス活動を展開しています。
ブランド	ニッサン、インフィニティ、ダットサン
連結従業員数（2015年3月末現在）	149,388人
グローバル拠点（2015年3月現在）	研究開発拠点：15カ国・地域 （日本、米国、メキシコ、英国、スペイン、ベルギー、ドイツ、ロシア、中国、台湾、タイ、南アフリカ、ブラジル、インド、ベトナムに計43カ所）
	デザイン拠点：5カ国 （日本、米国、英国、中国、ブラジルに計7カ所）
	車両生産拠点：21カ国・地域 （日本、米国、メキシコ、ブラジル、英国、スペイン、ロシア、中国、台湾、韓国、タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、ベトナム、インド、パキスタン、南アフリカ、ケニア、エジプト、ナイジェリアに計37カ所）

GRI G4 Indicators
G4-4/G4-5/G4-9

財務データ

（年度）
億円

	2012	2013*	2014
連結売上高	96,296	104,825	**113,752**
連結営業利益	5,235	4,984	**5,896**
経常利益	5,293	5,272	**6,942**
税金等調整前当期純利益	5,167	5,294	**6,874**
当期純利益	3,424	3,890	**4,576**
設備投資	5,245	5,363	**4,631**
減価償却費	3,158	3,471	**3,733**
研究開発費	4,699	5,006	**5,061**

* 2013年度から中国の合弁会社・東風汽車有限公司の連結方法が変わり、持分法が適用されています

website
より詳細な財務データは、IR情報ウェブサイト「投資家の皆さまへ」に掲載しています

GRI G4 Indicators
G4-9

グローバル販売台数および生産台数

（年度）
千台

	2012	2013	2014
グローバル販売台数	4,914	5,188	**5,318**
日本	647	719	**623**
中国	1,182	1,266	**1,222**
北米	1,466	1,648	**1,829**
欧州	660	676	**755**
その他	959	879	**889**

千台

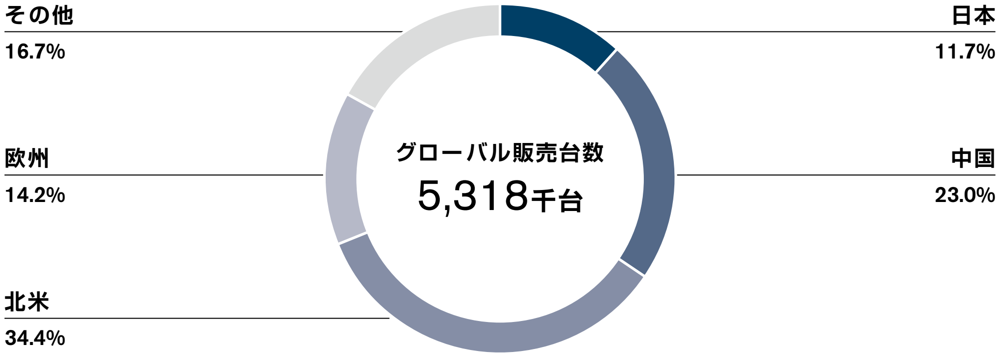
	2012	2013	2014
グローバル生産台数	4,836	5,082	**5,061**
日本	1,060	1,000	**871**
北米	1,344	1,588	**1,744**
欧州	643	716	**720**
その他	1,789	1,808	**1,726**

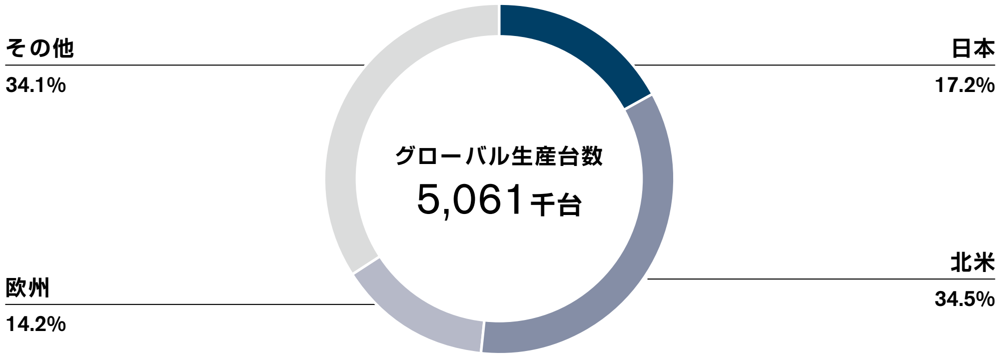
website

より詳細な財務データは、IR情報ウェブサイト「投資家の皆さまへ」に掲載しています

GRI G4 Indicators
G4-8/G4-9

2014年度内訳





GRI G4 Indicators
G4-8/G4-9

従業員データ

（年度）

項目		単位	2012	2013	2014
日産自動車（株）					
従業員数		人	23,605	23,085	**22,614**
	男性	人	21,675	21,153	**20,567**
	女性	人	1,930	1,932	**2,047**
平均年齢		歳	42.6	43.0	**43.0**
	男性	歳	43.1	43.5	**43.5**
	女性	歳	37.9	37.9	**38.0**
勤続年数		年	20.5	19.4	**20.1**
	男性	年	21.0	19.9	**20.6**
	女性	年	14.7	14.0	**14.9**
離職率		%	4.1	3.8	**4.3**
	自己都合	%	1.0	0.9	**1.1**
	会社都合	%	3.1	2.9	**3.2**
平均年間給与*		円	6,996,504	7,665,078	**7,767,269**
障がい者雇用率		%	1.88	2.09	**2.04**
育児休職取得者数		人	219	233	**269**
	男性	人	6	3	**11**
	女性	人	213	230	**258**
育児休職復職率		%	99	99	**97**
	男性	%	100	100	**100**
	女性	%	99	99	**97**
介護休業取得者数		人	17	9	**6**
	男性	人	11	6	**2**
	女性	人	6	3	**4**
産休取得者数		人	213	230	**258**
年休取得日数		日	17.7	18.3	**18.7**
年休取得率		%	88.5	91.5	**93.5**
残業時間　平均		時間／月	19.9	18.9	**16.3**
組合員総数		人	22,865	22,196	**22,179**

* 平均年間給与は部課長を除く一般従業員。賞与および基準外賞金を含む。ただし、2013年度より平均年間給与の算出方法を部課長層を含む全従業員に変更

（年度）

項目		単位	2012	2013	2014
管理職：女性人数		人	170	183	**214**
	女性比率	%	6.8	7.1	**8.2**
	目標値	%	2016年度までに10%		
うち部長職以上	女性人数	人	38	44	**58**
	女性比率	%	4.7	5.0	**6.4**
執行役員：女性人数		人	1	1	**1**
	女性比率	%	2.1	2.0	**2.0**
	目標値	%	社内目標あり		
取締役：女性人数		人	0	0	**0**
	女性比率	%	—	—	**—**
うち社内取締役：女性人数		人	0	0	**0**
	女性比率	%	—	—	**—**
うち社外取締役：女性人数		人	0	0	**0**
	女性比率	%	—	—	**—**
監査役：女性人数		人	0	0	**0**
	女性比率	%	—	—	**—**
新卒採用		人	415	537	**606**
	男性	人	310	412	**477**
	女性	人	105	125	**129**
うち大卒・修士以上		人	219	324	**400**
	男性	人	157	249	**306**
	女性	人	62	75	**94**
うち大卒以外		人	196	213	**206**
	うち短大・専門	人	19	18	**18**
	男性	人	19	18	**17**
	女性	人	0	0	**1**
	うち高卒・他	人	177	195	**188**
	男性	人	134	145	**154**
	女性	人	43	50	**34**
新卒入社者の定着状況					
3年前新卒入社者		人	46	231	**220**
	男性	人	44	196	**158**
	女性	人	2	35	**62**
うち在籍者（3年後）		人	46	222	**206**
	男性	人	44	190	**149**
	女性	人	2	32	**57**

（年度）

項目	単位	2012	2013[2]	2014
連結ベース				
連結従業員数[1]	人	160,530 (36,449)	142,925 (21,750)	**149,388** **(20,381)**
日本	人	67,290	65,480	**65,771**
北米	人	28,637	32,272	**37,185**
欧州	人	15,198	15,931	**16,535**
アジア	人	46,187	24,383	**25,439**
その他海外地域	人	3,218	4,859	**4,458**

[1] ( )内は臨時雇用者数で外数

[2] 2013年度から中国の合弁会社・東風汽車有限公司の連結方法が変わり、持分法が適用されています

労働組合の状況

日産自動車（株）の従業員は日産自動車労働組合に加入し、同組合は全日産・一般業種労働組合連合会を上部団体とし、全日本自動車産業労働組合総連合会を通じ、日本労働組合総連合会に加盟しています。労使関係は安定しており、2015年3月末現在の組合員総数は22,179人。

なお、日本国内のグループ各社においては大半の企業で会社別労働組合が存在し、全日産・一般業種労働組合連合会を上部団体としています。

また、海外のグループ各社では、メキシコにおいてはメキシコ労働者総同盟を上部団体とする労働組合および独立系の労働組合、英国においてはユナイト・ザ・ユニオン英国日産自動車製造支部など、各国の労働環境に即した労働組合が存在します。

GRI G4 Indicators

G4-9/G4-10/G4-11/G4-12/G4-38/G4-EC1/G4-LA1/G4-LA3/G4-LA12

社会貢献活動データ

2014年度 グローバル社会貢献支出額: 約18億円

(寄付金・協賛金を含む)

(年度)

	2012	2013	2014
災害支援時の 日産グループ各社からの支出	約1,700万円 (日産自動車(株)単独:東日本大震災 継続支援) 1,000万円 (日産自動車(株)単独:九州北部豪雨被害) 10万ユーロ(約1,000万円)と車両1台 (日産インターナショナル社およびイタリア日産自動車会社:イタリア・エミリオロマーニャ州での地震) 2万ドル(約200万円)と車両1台 (北米日産会社:米国東海岸でのハリケーン「サンディ」)	1,200万円 (日産自動車(株)単独:東日本大震災継続支援) 300万人民元(約4,800万円) (日産自動車(株)、日産(中国)投資有限公司およびインフィニティ中国事業本部:中国四川省地震) 総額2,000万円 (日産自動車(株)単独:フィリピンにおける台風被害) 1万ドル(約100万円) (北米日産会社:米国イリノイ州でのハリケーン)	約3,800万円 (日産自動車(株)単独:東日本大震災継続支援) 200万人民元(約3,300万円) (日産自動車(株)単独:中国雲南省地震) 500万円 (日産自動車(株)単独:広島市大雨被害) 約1,000万円 (日産自動車(株)単独:リベリア共和国におけるエボラ出血熱の流行拡大)

2014年度 日産自動車(株)社会貢献支出額(内訳)

	社会貢献活動費	寄付	現物寄付(金額換算値)	その他	合計
金額(百万円)	742	849	146	72	1,809
比率(%)	41.0%	46.9%	8.1%	4.0%	100%

GRI G4 Indicators
G4-EC1

環境データ

企業活動における環境指標 ……114

マテリアル·バランス	114
エネルギー	114-115
CO_2	116-117
水	117-118
エミッション	119-120
廃棄物	120-121
物流	121-123
サプライチェーン	123-124
環境保全コスト	124
設備	125

製品における環境指標 ……126

燃費、CO_2	126-129
技術	130-131
排出ガス、騒音、化学物質	131-132
ライフサイクルアセスメント(LCA)	133-134
材料、リサイクル	134-135
使用済み自動車のリサイクル	135

第三者保証 ……136

第三者保証	136-137
GRIインデックス	138

掲載データについて

- 期間：2014年4月1日から2015年3月31日までを年度の報告対象としています
- 環境指標マネジメント範囲：グローバルの連結子会社および持分法適用製造会社
- 環境指標マネジメント地域：グローバルの対象会社を以下の地域分類で、マネジメントを行っています

日本	日本
北米	米国、メキシコ、カナダ
欧州	英国、スペイン、ロシア、ドイツ、イタリア、フランス、オランダ、ベルギー、ハンガリー、フィンランド、スイス（ロシアは2013年度より「その他」地域から「欧州」地域に移動）
その他	中国、タイ、インドネシア、インド、オーストラリア、南アフリカ、ブラジル、エジプト、ベトナム、アラブ首長国連邦ほか

過去の報告書の修正·再記述の理由

- 各指標の算定に使用する生産台数をグローバル生産台数に統一し、2010年度より見直しました。グローバル生産台数はp.110をご覧ください。
- CODの計算方法をグローバルに統一し、2010年度より数値を見直しました。
- 測定マニュアルの更新に伴い、排出係数などを見直し、エネルギー投入量およびカーボンフットプリントの数値を一部見直しました。なおこの変更による影響は全体の3%未満です。

▶▶ page_41
「従業員教育とコミュニケーション」について掲載しています

企業活動における環境指標

マテリアル・バランス

投入量

（年度）

	単位	2014
原材料	ton	**7,055,790**
水	1,000m³	**30,204**
エネルギー	MWh	**9,412,024**

生産量/排出量

（年度）

	単位	2014
車両生産		
グローバル生産台数	台	**5,061,000**
廃棄物発生量	ton	**173,513**
廃棄物最終処分量	ton	**13,153**
リサイクル量	ton	**160,360**
排水量	1,000m³	**22,204**
CO_2排出量	t-CO_2	**3,283,867**
VOC（揮発性有機化合物）	ton	**10,888**
NOx（窒素酸化物）	ton	**405**
SOx（硫黄酸化物）	ton	**40**

中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム 2016（NGP2016）」では、企業活動における環境への影響を低減し、経済活動と資源利用を両立させることに主眼を置いています。具体的には、企業活動におけるカーボンフットプリントを最小にするために、企業活動からのグローバル販売台数当たりのCO_2排出量を削減すること、また資源効率の向上を目指し再生材使用率を向上させることを含む4つのキーアクションについて、企業全体で推進しています。

GRI G4 Indicators
G4-EN1/G4-EN3/
G4-EN8/G4-EN15/
G4-EN16/G4-EN21/
G4-EN22/G4-EN23

企業活動における環境指標 — エネルギー

エネルギー投入量

（年度）

	単位	2010	2011	2012	2013	2014
合計	MWh	9,353,605	9,460,190	8,984,864	9,207,124	**9,412,024**
日本	MWh	5,525,097	5,573,174	4,565,499	4,424,486	**4,191,517**
北米	MWh	1,782,399	1,733,447	2,157,793	2,061,393	**2,424,942**
欧州	MWh	1,066,503	939,469	982,332	1,027,027	**1,094,175**
その他	MWh	979,606	1,214,099	1,279,240	1,694,218	**1,701,391**
一次エネルギー						
天然ガス	MWh	3,691,097	3,467,178	2,847,325	2,894,901	**3,060,122**
LPG	MWh	340,985	527,696	360,891	339,751	**295,800**
石炭	MWh	245,848	160,720	235,239	149,232	**137,456**
灯油	MWh	259,530	253,821	248,445	226,513	**225,114**
ガソリン	MWh	81,502	90,413	211,449	263,663	**322,624**
軽油	MWh	18,114	20,247	72,151	71,371	**99,045**
重油	MWh	92,607	87,368	67,967	61,359	**58,274**
敷地外						
電力（購入）	MWh	4,603,208	4,775,721	4,785,477	5,038,384	**5,084,989**
うち再生可能エネルギー	MWh	962	1,157	15,522	118,917	**154,515**
冷水	MWh	11,692	9,087	25,947	11,646	**4,239**
温水	MWh	0	0	7,492	6,227	**4,635**
蒸気	MWh	9,022	67,940	114,281	133,849	**110,953**
敷地内						
電力（自家発電）	MWh			8,199	10,227	**8,772**
うち再生可能エネルギー	MWh			8,199	10,227	**8,772**
再生可能エネルギー総量	MWh	962	1,157	23,721	129,144	**163,287**
再生可能エネルギー使用率	%	0.01%	0.01%	0.26%	1.40%	**1.73%**

2014年度の日産のグローバル企業活動における総エネルギー使用量は約941万MWhとなり、2013年度に比べ、2.2%の増加になりました。販売台数が2.5%増加していることを考慮すれば、企業全体での省エネルギー活動や、効率的な生産活動の効果が表れています。うち生産過程におけるエネルギー使用量は837万5,000MWhでした。

日産は2016年度までに、グローバル企業活動における総エネルギー使用量に占める再生可能エネルギーの使用率を9%まで高めることを目指しています。

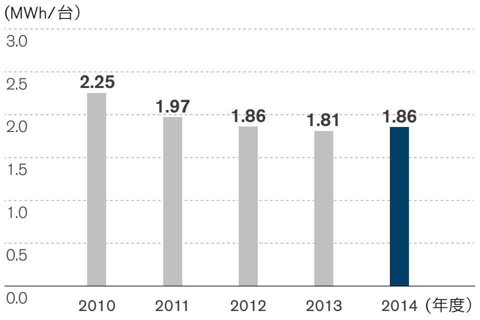
page_136

この数値は、プライスウォーターハウスクーパース サステナビリティ（株）の保証を受けています。詳細はこちらをご覧ください

GRI G4 Indicators
G4-EN3

エネルギー消費量（生産台数当たり）

2014年度の生産台数当たりのエネルギー消費量は1.86MWhとなり、2013年度と比較し、2.7％の悪化となりました。アライアンスパートナーや他社へのパーツ生産量の増加などが、分母の生産台数に反映されないことにより見かけ上悪化していますが、117ページの「生産活動からのCO_2排出量（生産台数当たり）」で示しているように、ニッサンやインフィニティなどの日産車の生産に関わるエネルギー使用量は減少しており、CO_2は削減されています。



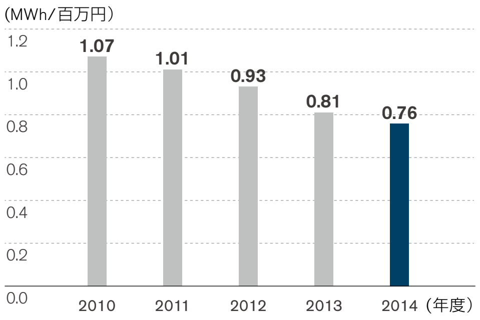
（地域別）

	単位	（年度）2014
日本	MWh/台	**4.81**
北米	MWh/台	**1.39**
欧州	MWh/台	**1.52**
その他	MWh/台	**0.99**

日本の数値には、海外で組み立てて使用するパワートレインや他の部品の製造を含みます。分母の数はそれぞれの地域で製造された生産台数であるため、数値が高くなることがあります。

GRI G4 Indicators
G4-EN3/G4-EN5/G4-EN6

エネルギー使用量（売上高当たり）



2014年度の売上高当たりのエネルギー消費量は0.76MWhとなり、2013年度と比較し、5.8％向上しました。企業としての経済成長がエネルギー使用に及ぼす影響を最小化する取り組みを継続しています。

GRI G4 Indicators
G4-EN3/G4-EN5/G4-EN6

企業活動における環境指標 — CO_2

カーボンフットプリント

（年度）

	単位	2010	2011	2012	2013	2014
スコープ1	t-CO_2	1,023,208	1,047,691	835,766	812,062	**861,457**
スコープ2	t-CO_2	1,944,684	2,051,965	2,432,889	2,538,360	**2,422,410**
スコープ1と2	t-CO_2	2,967,892	3,099,656	3,268,655	3,350,422	**3,283,867**
日本	t-CO_2	1,444,074	1,451,343	1,526,182	1,446,871	**1,267,676**
北米	t-CO_2	610,016	623,654	758,457	698,934	**769,696**
欧州	t-CO_2	316,856	311,790	284,079	259,972	**290,109**
その他	t-CO_2	596,945	712,868	699,937	944,644	**956,386**
スコープ3						
従業員の通勤	t-CO_2		449,110	468,346	426,487	**455,510**
日本、米国、欧州	t-CO_2		213,538	214,619	217,091	**227,248** *
物流	t-CO_2	1,438,000	1,660,000	1,490,050	1,678,903	**1,632,070**

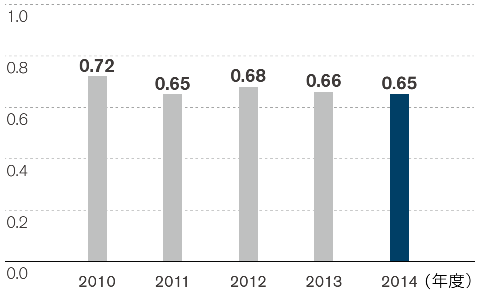
▶▶ page_136

* この数値は、プライスウォーターハウスクーパース サステナビリティ（株）の保証を受けています。詳細はこちらをご覧ください

2014年度のグローバル拠点からのCO_2排出量は、スコープ1とスコープ2の合計で328万トンとなり、2013年度に比べて2%の減少となりました。主に日本でのエネルギー削減の活動と、系統電力のCO_2係数の影響によるものです。日本でのCO_2排出量は10%低下し、また、生産過程におけるCO_2排出量は292万3,000トン（スコープ1排出量78万9,000トン、スコープ2排出量213万4,000トン）* になりました。

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN15/G4-EN16/G4-EN17/G4-EN19/G4-EN30

スコープ1と2のCO_2排出量（生産台数当たり）



2014年度の生産台数当たりのグローバルCO_2排出量は、スコープ1とスコープ2の合計で0.65トンとなり、2013年度に比べ1.6%の減少となりました。グローバル生産拠点における省エネルギー活動や、拠点間でベストプラクティスを共有し合うといった活動が貢献しました。

（地域別）

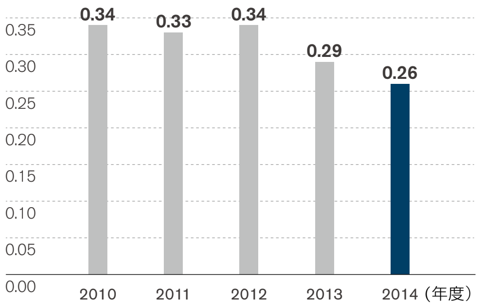
（年度）

	単位	2014
日本	t-CO_2/台	**1.46**
北米	t-CO_2/台	**0.44**
欧州	t-CO_2/台	**0.40**
その他	t-CO_2/台	**0.55**

日本の数値には、海外で組み立てて使用するパワートレインや他の部品の製造を含みます。分母の数はそれぞれの地域で製造された生産台数であるため、数値が高くなることがあります。

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN15/G4-EN16/G4-EN18

スコープ1と2のCO_2排出量（売上高当たり）

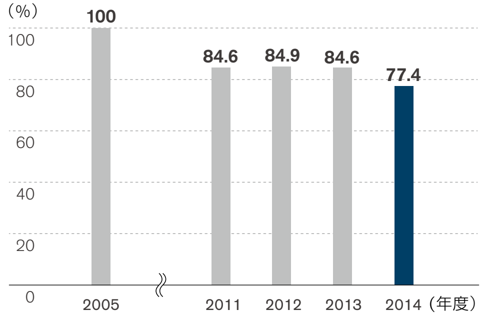


2014年度のグローバル拠点からの売上高100万円当たりのCO_2排出量は0.26トンとなり、2013年度と比較して9.7%向上しました。

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN15/G4-EN16/G4-EN18

企業活動からのCO_2排出量（グローバル販売台数当たり）

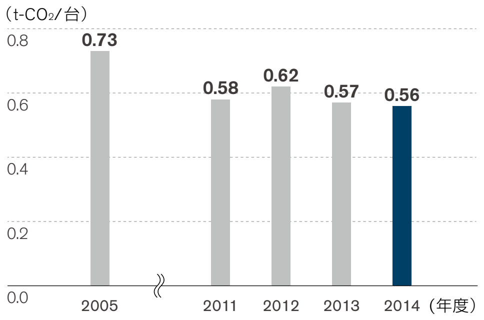
NGP2016では、生産活動、物流、オフィス、販売会社（日本）を対象として、2016年度までに企業活動からのCO_2排出量を2005年度に比べ20%削減することを目標としています。2014年度は、生産活動やオフィスなどからのCO_2排出量が減少し、企業活動に伴うCO_2排出量は2005年度に比べ22.6%の削減となり、目標を2年前倒しで達成しました。



GRI G4 Indicators
G4-EN15/G4-EN16/G4-EN18

生産活動からのCO_2排出量（生産台数当たり）

NGP2016では、2016年度までに全生産拠点からの生産台数当たりのCO_2排出量を2005年度比で27%削減することを目標としています。2014年度のグローバル生産台数当たりのCO_2排出量は0.56トンとなり、2005年度比で23.9%の削減となりました。



GRI G4 Indicators
G4-EN15/G4-EN16/G4-EN18

企業活動における環境指標 — 水

水使用量

（年度）

	単位	2010	2011	2012	2013	2014
合計	1,000m³	28,671	30,513	29,537	30,967	**30,204**
日本	1,000m³	17,612	18,565	15,956	16,818	**16,032**
北米	1,000m³	4,330	4,591	4,770	5,176	**5,419**
欧州	1,000m³	2,297	2,276	2,410	2,404	**2,310**
その他	1,000m³	4,432	5,081	6,401	6,569	**6,443**

日産は、2016年度までに生産台数当たりの水使用量を2010年度比で15%削減することを目標としています。2014年度のグローバル拠点における水使用量は3,020万4,000m³となり、2013年度に比べ2.5%の増加となりました。これは118ページに示すように、車両生産工場での水削減活動の成果が表れたものです。また、日本国内での生産過程に伴う水使用量は635万3,568m³になります。

page_136

この数値は、プライスウォーターハウスクーパース サステナビリティ（株）の保証を受けています。詳細はこちらをご覧ください

GRI G4 Indicators
G4-EN8

排水量

（年度）

	単位	2010	2011	2012	2013	2014
合計	1,000m³	19,281	20,398	21,228	23,482	**22,204**
日本	1,000m³	13,030	13,565	13,710	15,114	**14,372**
北米	1,000m³	2,732	3,214	3,055	3,658	**3,533**
欧州	1,000m³	1,830	1,930	2,031	2,054	**1,793**
その他	1,000m³	1,689	1,689	2,432	2,656	**2,507**

（年度）

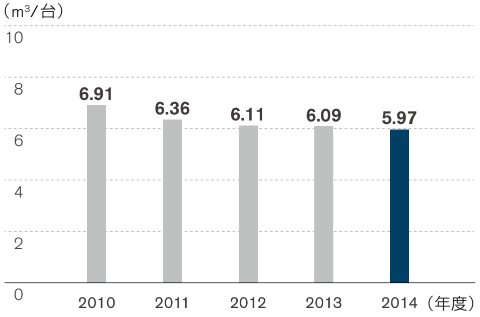
	単位	2010	2011	2012	2013	2014
水質						
化学的酸素要求量（COD）	kg	27,695	31,982	34,894	32,130	**27,883**

2014年度のグローバル拠点からの排水量は2,220万4,000m³となり、2013年度に比べて5.4%の減少となりました。

GRI G4 Indicators
G4-EN22

水使用量（生産台数当たり）

2014年度の生産台数当たりの水使用量は5.97m³となり、2013年度に比べ2.1%の増加となりました。主に車両生産工場での水削減活動の成果が表れたものです。



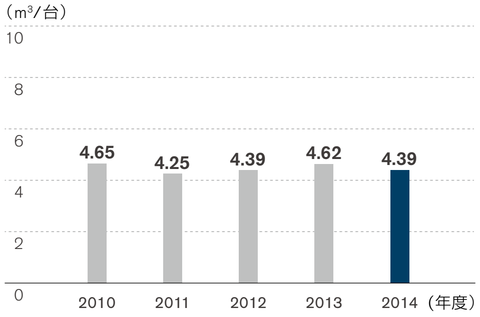
（地域別）

	単位	（年度）2014
日本	m³/台	**18.41**
北米	m³/台	**3.11**
欧州	m³/台	**3.21**
その他	m³/台	**3.73**

日本の数値には、海外で組み立てて使用するパワートレインや他の部品の製造を含みます。分母の数はそれぞれの地域で製造された生産台数であるため、数値が高くなることがあります。

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN8

排水量（生産台数当たり）



2014年度の生産台数当たりの排水量は4.39m³となり、2013年度に比べて5%の増加となりました。

（地域別）

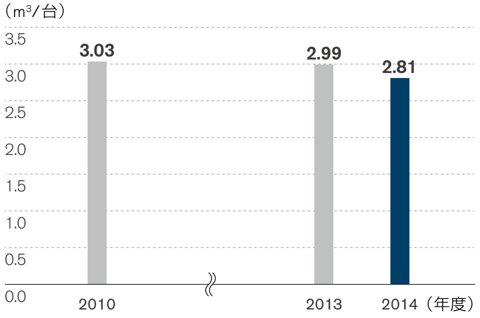
	単位	（年度）2014
日本	m³/台	**16.50**
北米	m³/台	**2.03**
欧州	m³/台	**2.49**
その他	m³/台	**1.45**

日本の数値には、海外で組み立てて使用するパワートレインや他の部品の製造を含みます。分母の数はそれぞれの地域で製造された生産台数であるため、数値が高くなることがあります。

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN22

車両生産工場における水使用量（生産台数当たり）

日産は、2016年度までに生産台数当たりの水使用量を2010年度比で15%削減することを目標としています。2014年度の車両生産工場における生産台数当たりの水使用量は、2010年度に比べ7.3%減少しました。



企業活動における環境指標 — エミッション

エミッション

（年度）

	単位	2010	2011	2012	2013	2014
窒素酸化物（NOx）	ton	751	731	525	450	**405**
硫黄酸化物（SOx）	ton	41	46	43	40	**40**

2014年度に生産拠点から排出されたNOx、SOxの量はそれぞれ405トン、40トンになりました。

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN21

揮発性有機化合物（VOC）排出量

（年度）

	単位	2010	2011	2012	2013	2014
合計	ton	10,130	11,424	12,305	11,734	**10,888**
日本	ton	4,018	4,399	3,623	3,492	**2,826**
北米	ton	2,941	3,366	5,194	5,338	**5,082**
欧州	ton	3,171	3,658	3,488	2,904	**2,979**

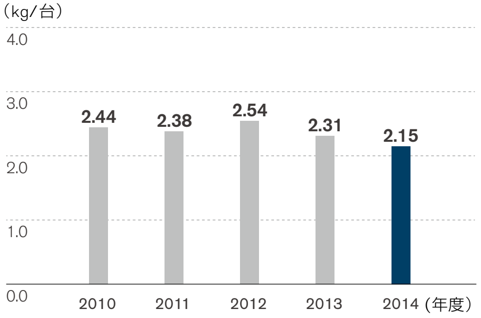
日産は2016年度までに、塗装面積当たりの排出量（g/m^2）を2010年度比で15%削減することを目標とし、企業全体での総排出量の削減を進めています。2014年度のVOC総排出量は1万0,888トンとなり、2013年度比で7.2%の減少となりました。主に塗装工程からの排出量の削減によります。

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN21

3ウェット塗装技術の導入によるVOCの削減

2013年、米国テネシー州のスマーナ工場において3ウェット塗装技術が導入されました。3ウェット塗装技術とは、中塗りと上塗りを連続塗装してから焼き付けを行う方法です。これにより、塗装の質や効率が向上するとともに環境への影響が低減され、エネルギー使用量とCO_2排出量を30% 、VOC排出量を70%削減することが可能になりました。日産は、米国エネルギー省の「ベター・ビルディング・ベター・プラント・チャレンジ」に参加しているスマーナ工場を含む米国の3工場で、2020年までにエネルギー使用量を25%減らす努力を続けています。

VOC排出量（生産台数当たり）



2014年度の生産台数当たりのVOC排出量は2.15kgとなり、2013年度に比べ6.8%の減少となりました。主に塗装工程からの排出量削減によります。

（地域別）

（年度）

	単位	2014
日本	kg/台	**3.25**
北米	kg/台	**2.91**
欧州	kg/台	**4.14**

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN21

PRTR対象物質排出量*（日本）

（年度）

	単位	2009	2010	2011	2012	2013
国内拠点合計	ton	3,773	3,607	4,441	4,158	**4,183**
追浜工場	ton	1,263	911	981	715	**676**
栃木工場	ton	897	829	915	942	**1,155**
日産自動車九州株式会社	ton	910	1,106	1,390	1,394	**1,300**
横浜工場	ton	429	418	555	581	**579**
いわき工場	ton	13	58	320	183	**128**
日産テクニカルセンター	ton	260	284	280	343	**347**

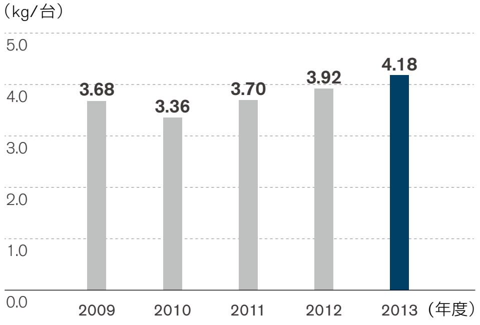
*日本のPRTRのガイドラインに基づいて算出しました。PRTR取扱量から製造品としての搬出量を除いた総排出量です

2013年度の化学物質排出移動量届出制度（PRTR）対象物質の排出量は4,183トンで、2012年度に比べ微増となりました。2014年度の結果は年度後半に更新する予定です。

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN21

PRTR対象物質排出量（生産台数当たり／日本）

2013年度の生産台数当たりのPRTR対象物質排出量は4.18kgとなり、2012年度に比べ6.6%の増加となりました。日本での開発に伴う実験量増加によるものです。2014年度の結果は年度後半に更新する予定です。



▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN21

企業活動における環境指標 — 廃棄物

廃棄物発生量

（年度）

	単位	2010	2011	2012	2013	2014
合計	ton	164,381	193,798	168,617	172,849	**173,513**
日本	ton	70,136	74,412	65,412	61,999	**59,808**
北米	ton	31,806	35,780	40,208	51,767	**58,452**
欧州	ton	59,617	56,996	50,495	51,295	**45,358**
その他	ton	2,822	26,610	12,502	7,788	**9,895**
処理						
廃棄物最終処分量	ton	41,288	40,048	31,187	17,903	**13,153**
リサイクル量	ton	123,093	153,750	137,431	154,946	**160,360**

日産は2016年度までに、日本の生産拠点で年2%、海外の生産拠点で年1%の廃棄物発生量削減を目標としています。2014年度の廃棄物発生量は17万4,000トンとなり、2013年度に比べ0.4%の増加となっています。廃棄物総量は増加していますが、スペインの生産拠点での活動により、廃棄物最終処分量は26.5%減と大幅に削減されています。なお、廃棄物発生量については、グローバル生産拠点に限定して集計しています。日本国内の主要5工場からの廃棄物は2万7,307トン*でした。

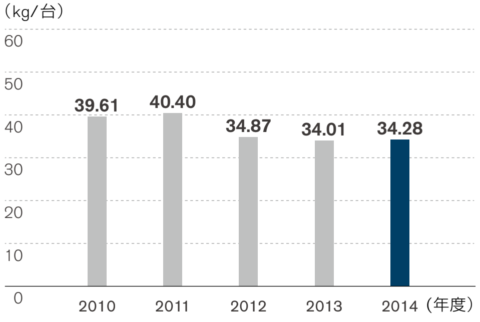
▶▶ page_136

*この数値は、プライスウォーターハウスクーパース サステナビリティ（株）の保証を受けています。詳細はこちらをご覧ください

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN23

廃棄物発生量（生産台数当たり）

2014年度の生産台数当たりの廃棄物発生量は34.28kgとなり、2013年度に比べ0.8%の増加となりました。これはメキシコの新工場における生産量が増加したためで、2015年度以降は従来と同程度の廃棄物量に戻る予定です。



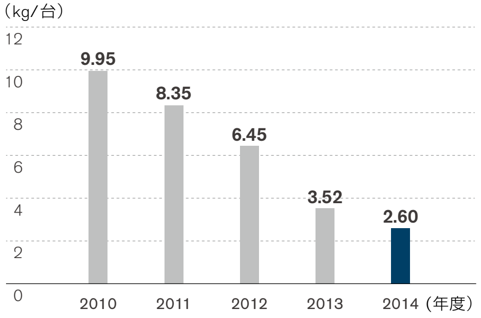
（地域別）

	単位	2014（年度）
日本	kg/台	**68.67**
北米	kg/台	**33.52**
欧州	kg/台	**63.00**
その他	kg/台	**5.73**

GRI G4 Indicators
G4-EN23

廃棄物最終処分量（生産台数当たり）

2014年度の生産台数当たりの廃棄物最終処分量は2.6kgとなり、2013年度に比べ26.2%の削減となりました。主にスペインの生産拠点における廃棄物削減への取り組みによります。



GRI G4 Indicators
G4-EN23

企業活動における環境指標 — 物流

輸送量

（年度）

	単位	2010	2011	2012	2013	2014
合計	百万 ton km	35,132	37,946	35,747	37,719	**35,259**
インバウンド	百万 ton km	10,659	11,603	12,156	12,883	**11,594**
アウトバウンド	百万 ton km	24,473	26,343	23,591	24,836	**23,665**
海上	%	71.8	70.8	70.7	64.3	**62.0**
トラック	%	19.6	20.4	20.6	24.9	**25.0**
鉄道	%	8.2	8.1	8.2	10.5	**12.5**
航空	%	0.4	0.7	0.5	0.4	**0.5**

2014年度はグローバル輸送量が6.5%減少し、352億5,900万ton kmとなりました。主に北米における陸上での輸送について、CO_2排出量の低い鉄道輸送の比率を高めたことが要因です。一方、他の輸送手段の利用拡大により船舶輸送は9.9%削減されました。

GRI G4 Indicators
G4-EN30

物流からのCO_2排出量

（年度）

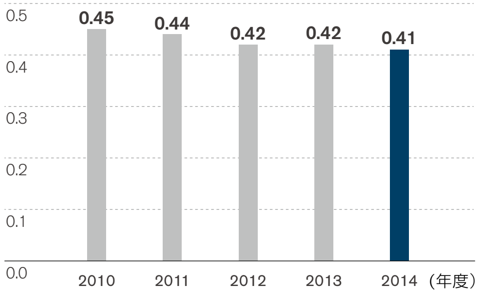
	単位	2010	2011	2012	2013	2014
合計	t-CO_2	1,412,657	1,642,195	1,490,050	1,678,903	**1,632,070**
インバウンド*	t-CO_2	686,412	859,671	821,030	908,804	**846,340**
アウトバウンド*	t-CO_2	726,246	782,524	669,020	770,098	**785,730**
海上	%	25.2	23.3	23.9	20.2	**18.2**
トラック	%	54.7	50.8	55.3	61.7	**59.6**
鉄道	%	4.5	4.1	4.3	5.2	**5.0**
航空	%	15.7	21.8	16.4	12.9	**17.1**

* インバウンドには部品調達・KD（現地組み立て用）部品の輸送が、アウトバウンドには完成車・サービス部品の輸送がそれぞれ含まれます。

2014年度の物流からのCO_2排出量は2.8%減少し、163万2,070トンとなりました。主にCO_2排出量の低い鉄道輸送の利用を11.4%増加させたことによるもので、鉄道輸送によるCO_2排出量は5.1%増加にとどまりました。

GRI G4 Indicators
G4-EN19/G4-EN30

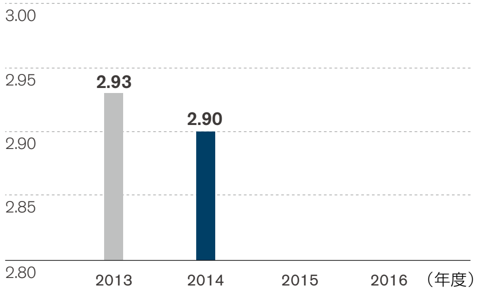
物流からのCO_2排出量（輸送台数当たり）



2014年度は、グローバル生産台数が増加したものの、輸送台数当たりのCO_2排出量は0.41トンでした。2013年度に比べ、3.3%の削減になります。

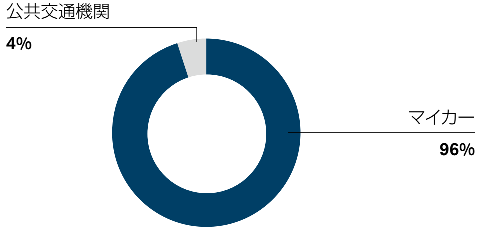
GRI G4 Indicators
G4-EN18

通勤からのCO_2排出量の割合



日本では2013年度、マイカー通勤をしている全従業員を対象に、CO_2削減プログラムを導入しました。1台当たりの年間排出量を1%削減することを目指し、マイカー通勤者に対してエンジン搭載車から100%電気自動車（EV）である「日産リーフ」への乗り換えを促進しています。2014年度のマイカー通勤によるCO_2排出量はおよそ5万4,000トン[1]で、1台当たりの排出量は年間2.90トンです。

従業員の通勤からのCO_2排出量[2]



[1] 自動車認証データおよび以下の条件に基づいて算出
- 日本における自動車での通勤距離の平均：年間9,000km/台
- 環境省監修「日本国温室効果ガスインベントリ報告書（2009）」：0.33kg-CO_2e
- 東京電力株式会社によるCO_2排出係数（2011年度）：0.000463t-CO_2/kWh

[2] 日本の事業所および製造工場の従業員が対象（2013年度）

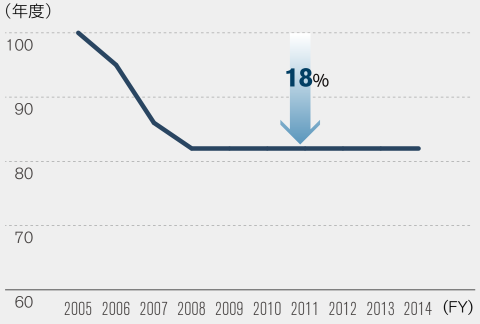
出張によるCO_2排出量

日産は2005年より、「ペーパーレス」「移動なし」「1回1時間」「目的を定める」「議事録を作成する」の5つを定めた会議効率向上プログラム「日産ミーティングウェイ」を実施しています。これにより会議の効率化が図られただけでなく、ビデオ会議システムや電話会議システムを活用したことで出張が減り、CO_2排出量も削減されました。

出張によるCO_2排出量の18%削減を達成

出張によるCO_2排出量は現在およそ23万8,000トンです。日産は2009年よりビデオ会議システムと電話会議システムを導入し、出張によるCO_2排出量を18%削減しました。

「日産ミーティングウェイ」導入によるCO_2排出量削減の効果



企業活動における環境指標 — サプライチェーン

サプライチェーンからの排出量

(年度)

	単位	2011	2012	2013
カーボンフットプリント	kt-CO_2	49,254	48,226	**48,089**
直接	kt-CO_2	22,927	22,534	**22,732**
間接	kt-CO_2	26,327	25,692	**24,597**
エネルギー	GWh	143,594	139,800	**136,219**
再生可能エネルギー	GWh	683	703	**846**
水投入量	1,000m^3	118,907	118,786	**113,102**
排水量	1,000m^3	100,555	98,661	**92,477**
廃棄物発生量	kton	3,002	2,971	**2,493**

日産はバリューチェーン全体でのCO_2排出量削減に向けて、グローバルの一次サプライヤーに対し、CO_2排出量の調査を行っています。この調査から得られた数値に推定値を組み合わせ、サプライチェーンにおけるCO_2排出量を算出します。2013年度、契約しているサプライヤーのCO_2排出量は2012年度から増減はありませんでした。一次サプライヤー各社が設定した個別の環境負荷低減目標により、売上高当たりのCO_2排出量は2014年度以降毎年1%削減される見込みです。また、売上高当たりの水投入量と廃棄物発生量も年間1%削減される見込みです。日産はサプライヤー各社と定期的にコミュニケーションを行うことで継続した環境負荷の低減を行っており、中国では、エネルギー使用量およびCO_2排出量を削減するための「Thanks活動」をサプライヤーとともに実施しています。2014年度の結果については年度後半に更新する予定です。

GRI G4 Indicators
G4-EN17/G4-EN19

カテゴリー別のスコープ3排出量

（年度）

項目	構成比率	2014
1. 購入した製品・サービス	kt-CO_2	**16,035**
2. 資本財	kt-CO_2	**1,145**
3. 燃料およびエネルギー関連活動	kt-CO_2	**368**
4. 輸送、配送（上流）	kt-CO_2	**846**
5. 事業から出る廃棄物	kt-CO_2	**176**
6. 出張	kt-CO_2	**243**
7. 雇用者の通勤	kt-CO_2	**456**
8. リース資産（上流）	kt-CO_2	**0**
9. 輸送、配送（下流）	kt-CO_2	**786**
10. 販売した製品の加工	kt-CO_2	**9**
11. 販売した製品の使用	kt-CO_2	**122,788**
12. 販売した製品の廃棄	kt-CO_2	**379**
13. リース資産（下流）	kt-CO_2	**448**
14. フランチャイズ	kt-CO_2	**0**
15. 投資	kt-CO_2	**0**
合計	kt-CO_2	**143,678**

page_136

プライスウォーターハウスクーパース サステナビリティ（株）より保証を受けた数値には をつけています。詳細はこちらをご覧ください

「温室効果ガス（GHG）報告ガイドライン」に基づいた試算を行った結果、2014年度、日産のスコープ3からのCO_2排出量の約90%は、製品であるクルマの使用によるものでした。日産はグローバルに低燃費車を導入し、企業平均燃費の推移を公表しています。また、スコープ3からのCO_2排出量の約10%が日産の購入した製品・サービスに由来することから、バリューチェーン全体でのCO_2排出量削減に向けて行動する必要があると認識し、2011年よりサプライヤーと環境ポリシーを共有し、協働しながら取り組みを進めています。

GRI G4 Indicators
G4-EN17

企業活動における環境指標 — 環境保全コスト

環境保全コスト

（年度）

	単位	2012 投資	2012 コスト	2013 投資	2013 コスト
合計	百万円	5,520	165,959	**3,225**	**178,833**
事業エリア内コスト	百万円	320	1,632	**25**	**1,637**
上・下流コスト	百万円	—	683	**—**	**665**
管理活動コスト	百万円	0	2,537	**0**	**2,362**
研究・開発コスト	百万円	5,200	161,000	**3,220**	**174,000**
社会活動コスト	百万円	0	106	**0**	**114**
環境修復コスト	百万円	0	0	**—**	**55**

（年度）

	単位	2012	2013
合計	百万円	2,604	**2,478**
費用削減効果	百万円	900	**897**
収益	百万円	1,704	**1,581**

環境保全コストは環境省の「環境会計ガイドライン」に準じて算出され、日本国内の活動分のみを示しています。2014年度の結果は年度後半に更新する予定です。

GRI G4 Indicators
G4-EN31

企業活動における環境指標 ― 設備

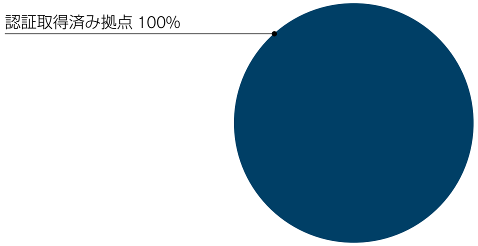
カーボンクレジット

（年度）

	単位	2010	2011	2012	2013	2014
排出枠	t-CO_2	7,308	7,308	7,308	21,015	**21,225**
クレジット	t-CO_2	4,934	4,066	5,261	—	—

欧州における排出権取引において、2009年度より日産モトール・イベリカ会社（スペイン・バルセロナ）の生産拠点が対象となっています。2014年度に認証を受けたクレジット量は2万1,225トンとなりました。

ISO14001認証取得状況



日産はグローバルに環境マネジメントシステムの導入を推進しており、2011年1月にはグローバル本社をはじめ、研究開発、生産、物流など日本国内すべての主要拠点、および製品開発プロセスにおいて環境マネジメントシステムISO14001の統合認証を取得しました。海外でも主要生産工場ごとにISO14001認証を取得しています。

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-DMA

グリーンビルディングポリシー

日産はISO14001の環境影響評価のマネジメントプロセスに基づき、新築や改修工事の際に、環境配慮の面で最適化された建物仕様を重視しています。CO_2排出量といった環境負荷の低い建物や、廃棄物などの少ない工事方法の立案、さらに有害物質の使用削減などの品質管理を評価項目として挙げるとともに、日本では建築物の環境性能を総合的に評価する国土交通省のCASBEE[1]をひとつの指標としています。

既存の建屋では、横浜市のグローバル本社ビルが最高評価の「Sランク」を取得し、神奈川県厚木市の日産先進技術開発センター（NATC）に続く2件目の取得となりました。

グローバル本社ビルは、自然エネルギーの有効活用とCO_2排出量の削減、水のリサイクル、廃棄物の大幅な削減が評価され、建築物の環境性能効率を示すBEE値が新築としては過去最高の5.6と、日本最高レベルの環境性能を持つオフィスビルとして認証されました。

日本の販売会社に対しては2000年4月、ISO14001認証に基づいた日産独自の環境マネジメントシステム「日産グリーンショップ」認定制度を導入しました。この制度では、すべての販売会社が日産の環境基準を満たし、1年ごとの「定期審査」を受けることが求められます。評価シートには84のKPI[2]項目があり、各国の法規や地域社会の要請、NGPの要件に照らして随時改定されています。

[1] 建築環境総合性能評価システム：Comprehensive Assessment System for Built Environment Efficiency
[2] 重要業績評価指標：Key Performance Indicators

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-DMA

環境法による罰金

報告年度において、法令違反や罰則の適用はありません。

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN24/G4-EN29

製品における環境指標

製品における環境指標 ― 燃費、CO_2

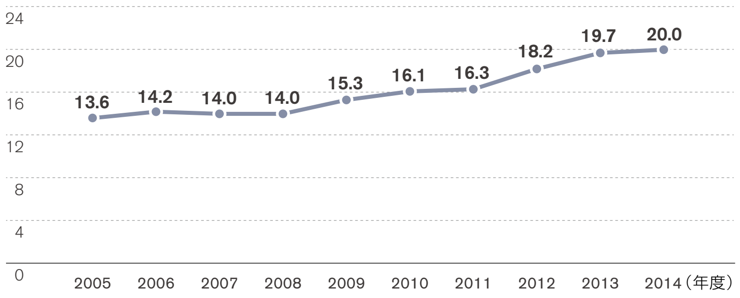
ガソリン乗用車の車両重量別燃費（日本）

（年度）

乗用車	単位	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
702kg以下	km/L 10-15モード									
703–827kg	km/L 10-15モード	20.6	20.9	20.8	21.7	22.5	25.0	26.2	27.3	**28.2**
828–1,015kg	km/L 10-15モード	18.8	18.6	18.3	19.5	22.5	23.0	23.1	28.5	**28.2**
1,016–1,265kg	km/L 10-15モード	17.6	18.1	18.3	19.5	19.4	19.4	21.8	23.0	**23.1**
1,266–1,515kg	km/L 10-15モード	12.8	13.6	13.3	13.8	14.4	14.4	14.5	15.8	**16.0**
1,516–1,765kg	km/L 10-15モード	11.8	11.6	12.0	12.7	13.1	14.1	15.2	16.1	**16.9**
1,766–2,015kg	km/L 10-15モード	8.7	8.6	9.2	9.2	11.7	11.9	12.5	13.7	**14.1**
2,016–2,265kg	km/L 10-15モード	8.3	8.3	8.4	8.4	9.2	9.4	9.7	10.1	**10.1**
2,266kg以上	km/L 10-15モード	5.5	5.5							

日本・米国・欧州・中国の各国法規で定めた測定方法で算出した企業平均燃費の推移です。なお、日本・欧州における2014年度実績は、社内で算出した暫定値を使用しています。

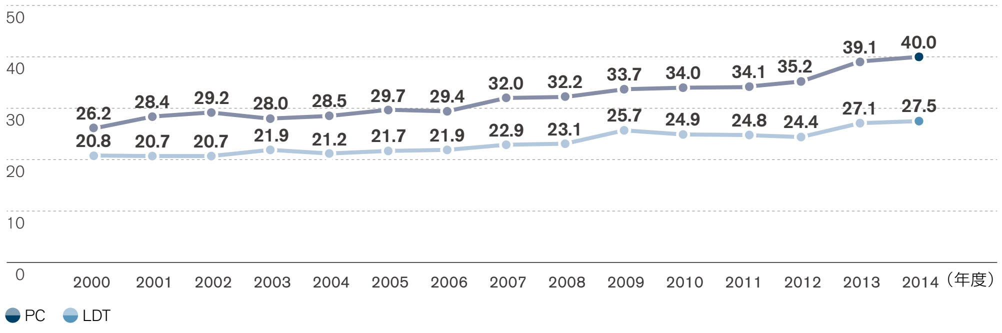
日本における企業平均燃費（CAFE、JC08モード）



2014年度は、日本国内の企業平均燃費（JC08モード）は20.0km/Lとなり、2013年度に比べ1.5%向上しました。低燃費を誇る「ノート」、および軽自動車「デイズ」の好調な販売が貢献しています。

GRI G4 Indicators
G4-EN7/G4-EN27

米国における企業平均燃費（CAFE）

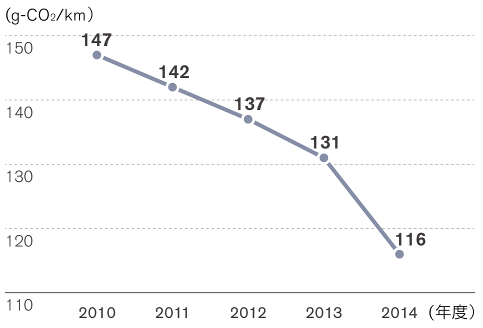


2014年度の米国における乗用車の企業平均燃費は40.0mpgとなり、2013年度に比べ2.3%向上しました。小型トラックの企業平均燃費は27.5mpgに達しています。燃費の良い「アルティマ」「ヴァーサ」「ローグ」の販売増加が貢献しています。

GRI G4 Indicators
G4-EN7/G4-EN27

欧州における車両平均CO_2排出量

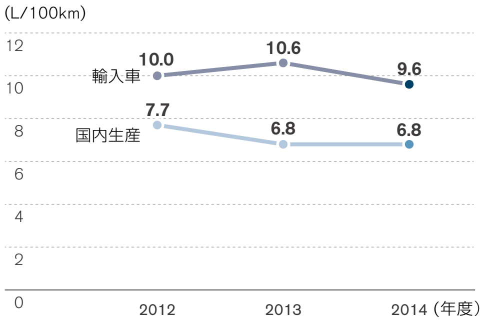
2014年度は、2013年度にフルモデルチェンジした「キャシュカイ」や低燃費車である「ノート」の継続した販売好調により、欧州市場における乗用車の車両平均CO_2排出量は2013年度に比べ13%の削減となりました。



GRI G4 Indicators
G4-EN7/G4-EN27

中国における企業平均燃費（CAFE）

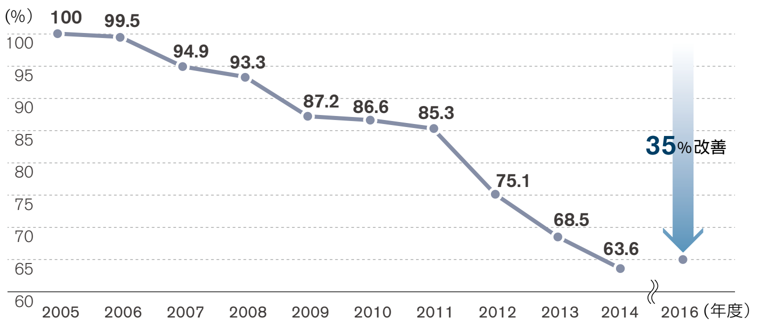
2014年度より、中国の実績も紹介します。中国国内生産分は、2013年度に比べて9.4%向上しました。なお、国内生産は合弁相手先の自主ブランドを含めた実績となります。



GRI G4 Indicators
G4-EN7/G4-EN27

グローバル企業平均燃費（CAFE）

2014年度、日産の主要な市場である日本・米国・欧州・中国での各国法規に定められた測定方法で算出した燃費値に基づく企業平均燃費は、2005年度に比べ36.4%改善しました。日本市場での軽自動車「デイズ」、欧州市場での「ノート」、米国市場での「アルティマ」「ヴァーサ」などのモデルが平均燃費の向上に貢献しています。



GRI G4 Indicators
G4-EN7/G4-EN27

燃費トップモデル

（年度）

	単位		2014
グローバル	km/L（JC08モード）	モコ 0.66L 2WD+アイドルストップ、デイズ 0.66L 2WD+アイドルストップ	**30**
ベストセラーモデル	MPG	アルティマ2.5L 2WD	**31**
日本（軽自動車を除く）	km/L（JC08モード）	ノート 1.2L 2WD スーパーチャージャー、アイドルストップ	**25.2**
日本（軽自動車を含む）	km/L（JC08モード）	モコ 0.66L 2WD+アイドルストップ、デイズ 0.66L 2WD+アイドルストップ	**30**
欧州	g-CO_2/km	ノート 1.5L dCi+アイドルストップ	**90**
米国	MPG	ヴァーサ 1.6L 2WD	**35**
中国	L/100km	マーチ 1.2L 2WD	**5.3**

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN7/G4-EN27

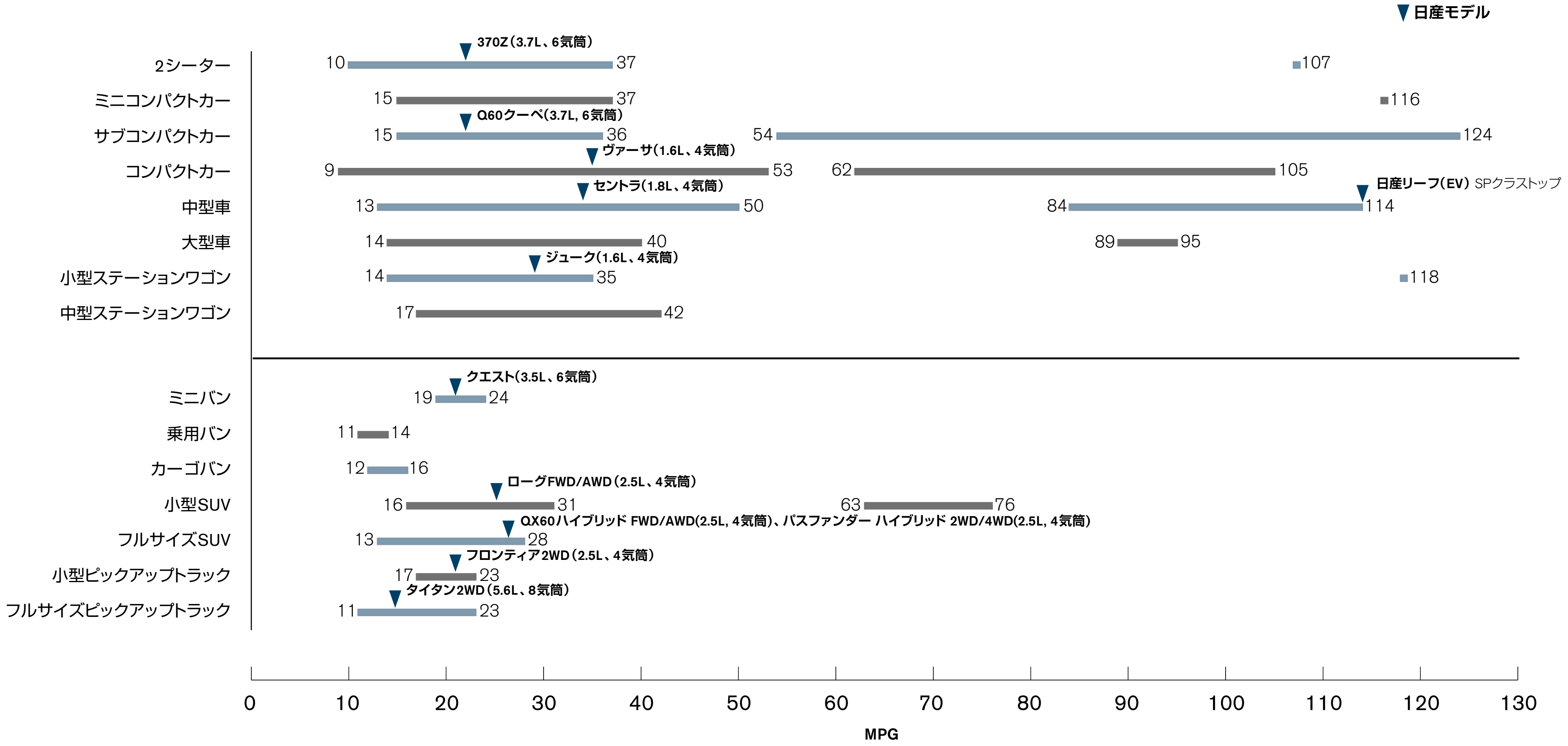
エンジン搭載車を前提に、各地域それぞれの条件による燃費トップモデルとその燃費値は上記の通りです（100% EVである「日産リーフ」は除外しています）。2013年度から日本の燃費値はJC08モードにて表示しています。

超小型モビリティでのエネルギー使用量

「日産ニューモビリティコンセプト」は、円滑な交通流を実現し効率的なエネルギーの使用を可能にする2人乗りで軽量な超小型モビリティです。カーシェアリング「チョイモビ ヨコハマ」においては、50台が投入され、2014年度末までの総走行距離をもとにした走行中CO_2削減効果は、軽自動車と比較しておよそ10トン以上となります。さらに日産は横浜市風力発電事業に協賛しており、自然エネルギーから生まれた電力の利用を証明するグリーン電力証書を2013年度よりこのプロジェクトに割り当てることで、グリーンな電力での走行をサポートしています。

各モデルの燃費

米国の環境保護庁とエネルギー省が発行する『燃費ガイド』は、消費者が燃費に優れたクルマを選ぶ際の指針となっています。2014モデルイヤーの「燃費ガイド」では、100%EVの「日産リーフ」がガソリン等価燃費114MPGeで中型車クラスのトップに選ばれました。



出典：『2014モデルイヤー燃費ガイド』（米国環境保護庁・エネルギー省）

製品における環境指標 — 技術

パワートレイン別販売比率

	単位	ガソリン車	ディーゼル車	天然ガス車	ハイブリッド車	電気自動車
日本	%	84.7	2.7	0.05	1.43	1.38
北米	%	97.8	0.2			
欧州	%	55.6	41.5			
その他	%	91.2	8.6			

▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN27

2014年度は、世界で最も多く販売されているEVである「日産リーフ」の販売台数が累計で17万台を超えました。電気商用車「e-NV200」も投入され、EVの比率は着実に増加しています。

グリーンプロダクツイノベーション

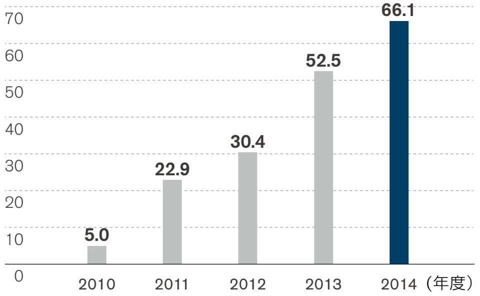
日産は、EVや燃料電池車（FCEV）のように走行中に排出ガスを出さないゼロ·エミッション車の開発のみならず、エンジン搭載車の燃費を極限まで向上させる技術を開発しています。これらの技術を搭載したクルマをグローバルに投入することで、CO_2排出量の削減を図る「PURE DRIVE（ピュアドライブ）」という取り組みは、各市場で要求されている燃費基準を満たすだけでなく、社会からの要求に応じて定期的に更新される厳しい社内基準をクリアしています。今後も、「PURE DRIVE」による革新的な環境技術を搭載したクルマをグローバルに投入していきます。

グリーンプロダクツのコア技術

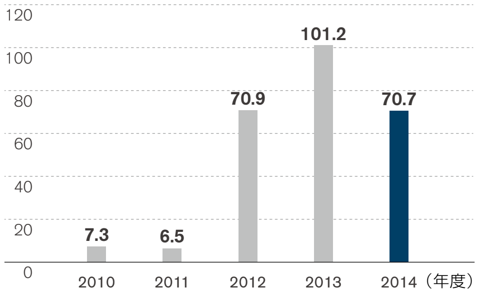
日産はゼロ·エミッション技術とともに、エンジンのエネルギー効率や、トランスミッションの性能を向上させる技術開発を推進しています。これらの領域で、「リチウムイオンバッテリー」「インテリジェント デュアルクラッチ コントロールハイブリッド」「エクストロニックCVT」の3つをコア技術と位置づけています。

Continuously Variable Transmission（無段変速機）

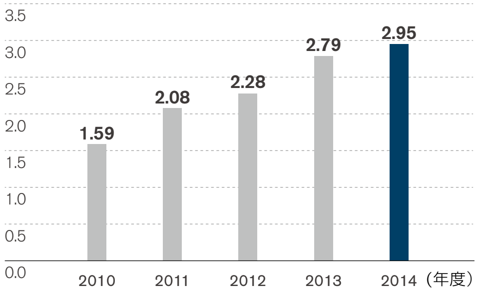
EV販売台数



ハイブリッド車販売台数



エクストロニックCVT搭載車販売台数



EV

「日産リーフ」は現在、40ヵ国以上で販売されており、販売台数は着実に増加しています。2015年3月にはグローバル累計販売台数が17万台を突破。また、2014年には電気商用車「e-NV200」の発売を欧州や日本で開始しました。

ハイブリッド車

日産は2013年度、独自のハイブリッドシステムを搭載した後輪駆動のインフィニティ「Q50」(日本では「スカイライン」)を市場に投入しました。このハイブリッドシステムを前輪駆動車へも順次拡大していく計画で、2013年度に発売された日産「パスファインダー」とインフィニティ「QX60」にはエクストロニックCVTと組み合わせて搭載しています。また2012年発売の「セレナ S-HYBRID」には、エネルギー回生発電量と出力を高めたECOモーターと、蓄電容量を高めるためのサブバッテリーを組み合わせた、シンプルでコンパクトなハイブリッドシステムを搭載しています。

エクストロニックCVT搭載車

日産は燃費性能に優れたCVTの投入を1992年に開始しました。2016年度までにCVTを搭載したクルマの販売台数を2,000万台まで増やし、CO_2排出量の削減に貢献することを目指しています。2014年度のCVT搭載車の販売台数は295万台で、累計販売台数は1,910万台となりました。

製品における環境指標 — 排出ガス、騒音、化学物質

排出ガス規制への対応状況

（年度）

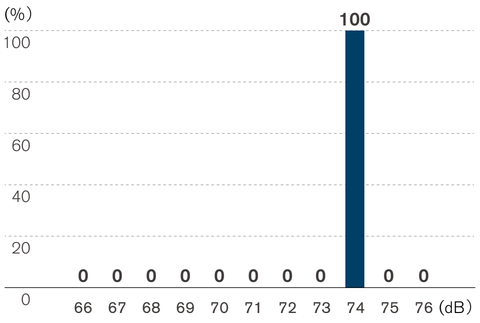
		単位	2014
日本	平成17年排出ガス規制75%低減レベル(SU-LEV)	%	**99**
欧州	Euro 5	%	**100**
米国	U-LEV／SULEV／ZEV	%	**93**
中国	国4	%	**100**

日産は、走行中の排出ガスがゼロであるEVの開発･普及を進めるだけでなく、すべてのエンジン搭載車の排出ガスのクリーン化を継続して推進しています。現在の法規制への適合はもちろん、先進規制への対応も進めています。各国の排出ガス規制を比較することは困難であるため、地域別規制への対応状況を記載しています。なお、欧州ではEuro6が2014年9月より適用されており、日産は対応を開始しています。また、中国は一部の地域において国5(Euro5に相当)規制が適用されており、日産車は100%適合しています。

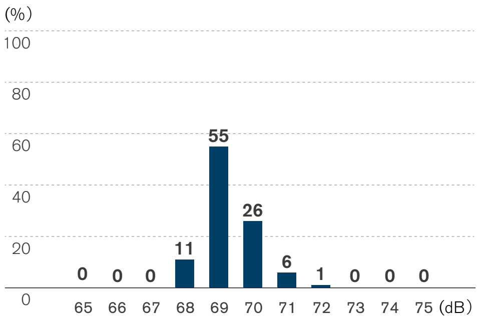
GRI G4 Indicators
G4-EN27

騒音の分布

日本

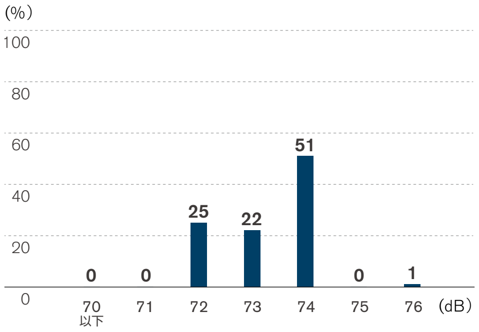


欧州



騒音分布は、各国の騒音測定法規に従って測定された車両加速時の騒音に基づいて算出しています。なお、欧州および中国については、両地域へ輸入された完成車のみを記載しています。

中国

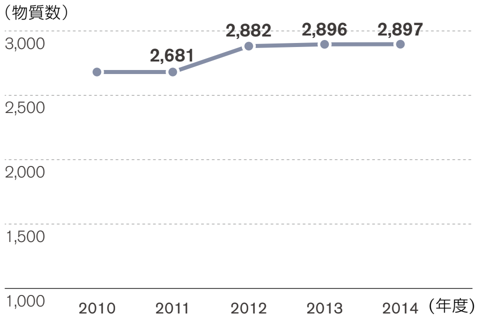


GRI G4 Indicators
G4-EN27

化学物質の管理

日産は環境負荷物質削減に関する方針を策定し、科学的にハザードが認定されたもの、またそのリスクが高いと思われるもの、さらにNGOがリスクを指摘している物質などを含めて自主的に検討し、各国の法規を超える領域まで使用を制限しています。2007年からはグローバルに展開し、環境負荷物質管理の強化と計画的な削減および代替の推進を進めています。この方針に基づき使用禁止または管理する化学物質が日産技術標準規格『特定物質の使用に関する制限』の中で規定され、開発初期段階から日産車の部品、用品、原材料に至るまで適用されています。2014年度の改定では、欧州化学物質法規における高懸念物質への対応により、指定化学物質数は2,897となりました。

指定化学物質



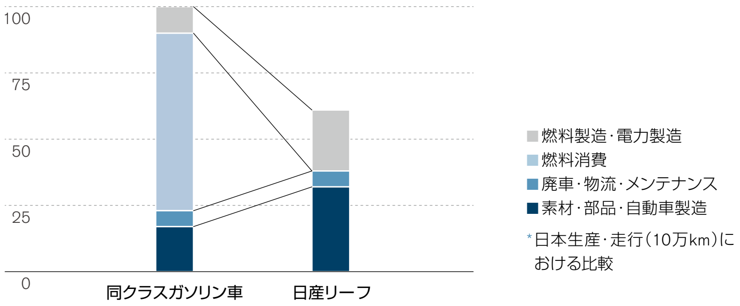
GRI G4 Indicators
G4-EN27

製品における環境指標 — ライフサイクルアセスメント（LCA）

LCA手法を活用した環境負荷の低減

日産ではライフサイクルアセスメント（LCA）手法を使い、クルマの製造に必要な原料採掘の段階から、製造、輸送、使用、廃棄に至るすべての段階（ライフサイクル）において環境負荷を定量的に把握し、総合的に評価しています。また、新規導入技術についてもLCA評価を行い、より環境に配慮したクルマの開発に取り組んでいます。

「日産リーフ」のライフサイクルにおけるCO_2排出量比較*

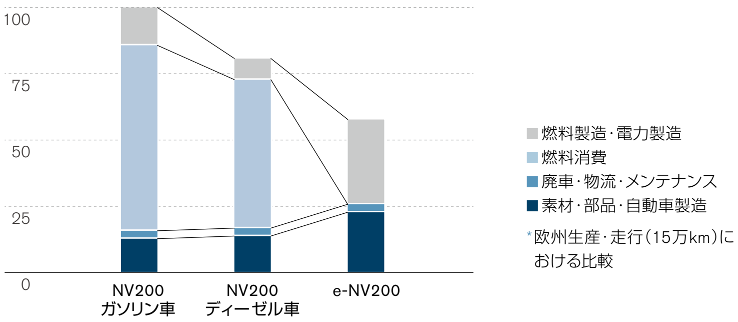


*日本生産・走行（10万km）における比較

「日産リーフ」は日本の同クラスのガソリン車と比べ、ライフサイクルにおけるCO_2排出量を約40％削減できるとの結果について、2010年にLCA評価機関である社団法人産業環境管理協会による第三者認証を受けています。

また日産は2013年、ドイツの認証機関であるテュフラインランドによるプロセス認証を受けました。そのプロセスに基づいて100％EVである「e-NV200」のLCAを評価した結果、同モデルのガソリン車と比較してCO_2排出量が約40％、ディーゼル車と比較して約30％少ないとの結果が得られました。

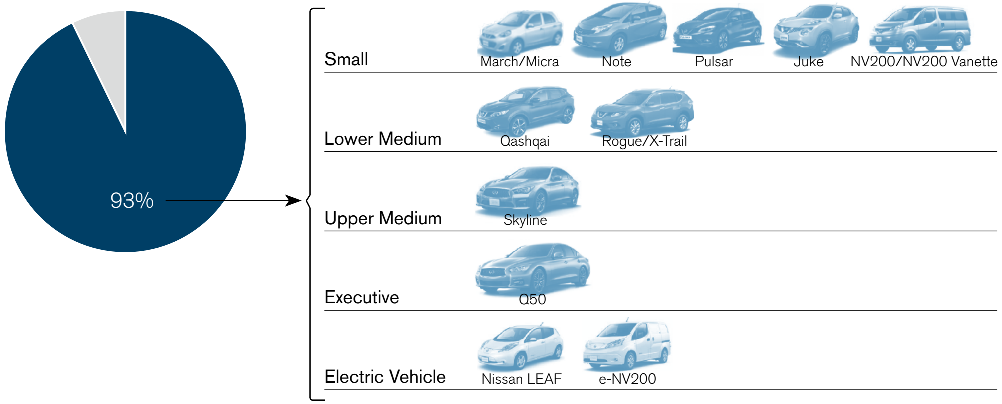
「e-NV200」のライフサイクルにおけるCO_2排出量比較*



*欧州生産・走行（15万km）における比較

EVはエンジン搭載車と比べ、製造段階ではバッテリーなどEV固有部品の製造によりCO_2排出量が多い一方で、燃料や電力の生産、燃料の消費段階ではエネルギー効率が高いためCO_2排出量が少なくなります。日産では、EVの製造段階でのCO_2排出量を抑制するために、材料の歩留まりや生産工程の効率向上、さらにリサイクル由来の原材料の活用といった活動を継続して推進しています。今後は、電動パワートレインの効率改善や補機類の消費電力削減などによる電力消費効率の向上、走行に再生可能エネルギーを使用することなどにより、EVのライフサイクルにおけるさらなるCO_2排出量低減の可能性を追求していきます。さらに廃車段階では、クルマ用として使用されたバッテリーをさまざまなエネルギーの貯蔵用途に活用し、社会全体での低炭素化を実現できるよう、取り組みを進めていきます。

EU市場におけるLCA手法の適用比率



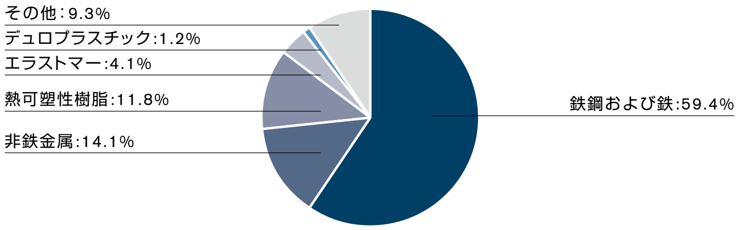
日産はLCA手法の適用を進め、環境負荷の定量的な把握範囲を広げています。2014年度は、EU域内での総販売台数に占めるLCA適応率が90%を超え、小型から大型の内燃機関搭載車やゼロ・エミッション車まで幅広いセグメントでの環境負荷を把握しています。ここでのセグメント呼称は欧州自動車工業会(ACEA)の定義に基づいて作成しました。

製品における環境指標 — 材料、リサイクル

材料比率

日産は従来より取り組んできた資源の利用効率の向上だけでなく、再生可能な資源や再生材の利用を促進しています。特に再生材については、「一度採掘した天然資源を、品質を維持しながら活用し続けることで環境負荷を最小にする」というクローズド・ループリサイクルの考えに基づき、2016年度に日本・米国・欧州で生産を開始するモデルからクルマ1台当たりに占める再生材の使用率を25%まで引き上げることを目標にしています。

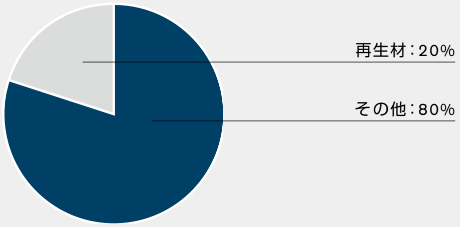
2014年度に日産車に使用した材料の比率はグラフの通りです。



GRI G4 Indicators
G4-EN1/G4-EN2/G4-EN27/G4-EN28

再生材使用率

日産は車両を製造する際、主に鉄、アルミニウム、樹脂を含む再生材の使用を推進しています。その結果、平均的な車両の重量に占める再生材の使用率は約20%となり、エンジンシリンダーなどの部品に使用された鋳造アルミニウムの再生率は90%以上となっています。(2010年度の生産車両をもとに算出)

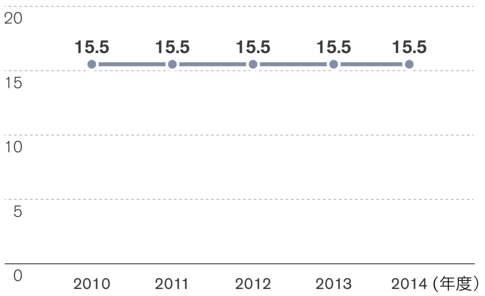


リサイクル

日産は、2050年までに新規天然資源の使用量を2010年レベルに抑えることを長期的な目標として掲げ、使用済み自動車（ELV）の適正処理とリサイクル実効率向上のための研究を行っています。その結果、日本の2014年度再資源化などに関する実績では、リサイクル実効率99.6%を達成しました。

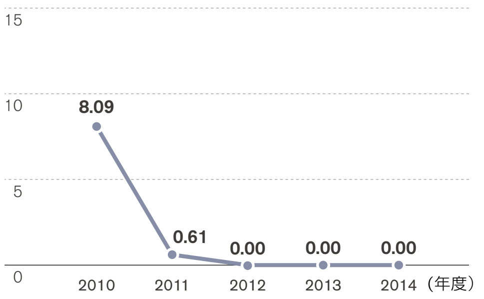
さらに日産は、設計段階からリサイクルに適した材料の採用や、解体しやすい車両の構造の開発にも力を注いでいます。その結果、欧州・日本・韓国など各国のELVのリサイクルにかかわる規制に対して、2005年に発売した「ノート」以降、すべての新型車においてリサイクル可能率95%以上を達成しています。

クルマでの再生樹脂の利用



2014年度は、日産車1台に使用する樹脂のうち再生樹脂の割合は15.5%となりました。この実績は欧州における最量販車をもとに算出しています。

シュレッダーダストの最終処分率



日本の自動車リサイクル法に基づいてリサイクル率向上に取り組む拠点が増えた結果、ELVより鉄類、および非鉄金属を除いた自動車シュレッダーダスト（ASR）の最終処分率は、2014年度もゼロを達成しました。

GRI G4 Indicators
G4-EN2/G4-EN27

製品における環境指標 — 使用済み自動車（ELV）のリサイクル

ELVのリサイクル

日産は、解体事業者や破砕事業者、他の自動車メーカーと連携して、ELVのリサイクルを進めています。日本では自動車リサイクル法に基づいて2014年度に実施したASRの実績が、リサイクル実効率99.6%に相当し、政府の定めたASRの埋立処理および焼却処理ゼロ化を達成しました。

ELVのプロセスは、（1）解体処理にて鋼板、アルミ鋳造品、バンパー、樹脂製内装材、ワイヤハーネス、貴金属を回収する、（2）リチウムイオンバッテリーなどの特定品目を個別に回収し、専門のリサイクル工程に回す、（3）解体プロセスから出た残渣を専用施設で破砕・回収する、の3段階から成ります。日産は2004年以降、日本の他の自動車メーカー7社と協力して、専用処理施設でのASRの処理を推進してきました。これは日本の自動車リサイクル法に対応した取り組みで、日産はASRを有効・円滑かつ効率的に再資源化するための中心的な役割を果たしています。

ELVのリサイクルは欧州でも進められており、各国がELV指令に基づいて契約解体事業者、契約サービス事業者、自治体政府と連携し、認定処理施設のネットワークを構築しています。

第三者保証

第三者保証

日産自動車株式会社のサステナビリティレポート 2015 に対する
独立業務実施者の限定的保証報告書

2015 年 6 月 11 日

日産自動車株式会社
代表取締役　　志賀　俊之　殿

プライスウォーターハウスクーパース サステナビリティ株式会社
東京都中央区銀座八丁目 21 番 1 号
住友不動産汐留浜離宮ビル
代表取締役社長　三橋 優隆

プライスウォーターハウスクーパース サステナビリティ株式会社(以下、「当社」という。)は、日産自動車株式会社(以下、「会社」という。)の2015年3月31日をもって終了する事業年度の「サステナビリティレポート2015」(以下、「同レポート」という。)の該当箇所にマーク(*)を付した情報(以下、「選択された情報」という。)について、限定的保証業務を実施した。

同レポートのその他の情報は当社の保証の対象ではなく、当該その他の情報に対しては何らの結論も表明しない。

報告書に対する会社の責任

会社は、同レポートの注記のとおり、適用された「第三者保証にかかわる CO_2排出量、廃棄物発生量、水使用量算定方法」(以下、「報告規準」という。)[i]に準拠して 同レポートを作成する責任を負っている。この責任は、不正又は誤謬による重要な虚偽表示のない選択された情報を作成するために必要な内部統制のデザイン、適用及び維持を含んでいる。

なお、温室効果ガスの算定は、様々なガスの排出量を算出するために必要な排出係数と数値データの決定に利用される科学的知識が不完全なため、固有の不確実性の影響下にある。

当社の独立性と品質管理

当社は、国際会計士倫理基準審議会の公表した「職業会計士の倫理規程」を遵守した。この「職業会計士の倫理規程」は、誠実性、客観性、職業的専門家としての能力と正当な注意、守秘義務、及び職業的専門家としての行動に関する基本原則に基づく、独立性及びその他の要件を含んでいる。

当社は、国際品質管理基準第1号「財務諸表の監査及びレビュー並びにその他の保証及び関連サービス業務を行う事務所の品質管理」(ISQC1)に準拠して、包括的な品質管理システムを維持している。この包括的な品質管理システムは、職業倫理に関する規定、職業的専門家としての基準並びに適用される法令及び規則の要件の遵守に関する文書化した方針と手続を含んでいる。

報告と測定手法の理解

非財務情報の測定及び評価の実務は、その重要な部分が確立途上であり、複数の測定方法が想定されることから、非財務情報の内容、その算定の方法及び精度によっては、企業間及び事業年度間の比較可能性に影響を及ぼすなど、測定結果に差が生じる可能性がある。したがって、選択された情報は、報告規準(「第三者保証にかかわるCO_2排出量、廃棄物発生量、水使用量算定方法」)とともに読まれ理解される必要がある。選択された情報の報告に使用された報告規準は、2015年3月31日現在のものである。

当社の責任

当社の責任は、当社が実施した手続及び当社が入手した証拠に基づいて、同レポートの選択された情報に対する限定的保証の結論を表明することにある。当社は、対象となる選択された情報の種類に応じて、それぞれに対応する以下の国際保証業務基準に準拠して限定的保証業務を行った。

- 温室効果ガス(スコープ1排出量及びスコープ2排出量)については、国際保証業務基準3410号「温室効果ガス報告に対する保証業務」(ISAE3410)
- 選択された情報に含まれる、上記以外の情報については、国際保証業務基準3000号「過去財務情報の監査又はレビュー以外の保証業務」(2003年12月改訂 ISAE3000)

これらの基準は、当社が、同レポートの選択された情報に重要な虚偽表示がないかどうかについて限定的保証を得るために、業務計画を策定し、業務を実施することを求めている。限定的保証業務は、内部統制の理解を含むリスク評価手続と、評価したリスクに対応して実施された手続の両方に関して、その範囲が合理的保証業務より相当程度に狭くなる。

当社は、同レポートの選択された情報に係る、不正又は誤謬による重要な虚偽表示リスクの評価を行い、これに基づいて、選択された情報の重要な虚偽表示リスクを考慮し、以下を行った。

- 関連する会社の経営者への質問
- 同レポートの選択された情報の作成のための基礎としての、会社による報告規準の利用状況での適切性の評価
- 状況に応じて必要と認める評価したリスクへの対応手続
- 同レポートの選択された情報の全般的な表示の評価
- 選択された情報の管理、記録及び報告に係る重要な構造、システム、プロセス及び内部統制のデザインの評価(これには、現場の実績データの報告に係る重要なプロセス及び内部統制を理解し、裏付けとなる情報を入手するために、会社に対する固有リスクと重要性に基づいて選定した 4 か所の製造拠点と本社事務所への現場調査が含まれる)
- データの測定、記録、照会及び報告の適切性の確認のために、本社事務所及び 26 か所の製造拠点における選択した情報を抽出して行った限定的な実証手続

当社が実施した手続は、当社の職業的専門家としての判断に基づいており、質問、実施したプロセスの観察、文書の閲覧、分析的手続、算定方法と報告方針の適切性及び同レポートの選択された情報とその基礎となる記録との一致又は調整を含んでいる。

限定的保証業務で実施する手続は、合理的保証業務に対する手続と比べて、その種類が異なり、その実施範囲は狭い。その結果、限定的保証業務で得た保証水準は、当社が合理的保証業務を実施したとすれば得たであろう保証よりも相当程度に低い。したがって、当社は、会社の同レポートの選択された情報が、全ての重要な点において、その注記のとおり適用された報告規準に準拠して作成されているかどうかについて、合理的保証意見を表明しない。

限定的保証の結論

当社が実施した手続及び当社が入手した証拠に基づいて、会社の 2015年3月31日をもって終了する事業年度の同レポートの選択された情報が、その注記のとおり適用された報告規準に準拠して作成されていないと信じさせる事項は全ての重要な点において認められなかった。

以 上

[i] 会社のウェブサイトの維持及び保全に関する責任は会社が有する。当社が行った作業には、会社のウェブサイトの維持及び保全に関する検討は含んでいない。したがって、当社は会社のウェブサイトに表示される選択された情報に対するいかなる変更についても責任を負わない。

（注記）第三者保証にかかわるCO_2排出量、廃棄物発生量、水使用量算定方法

- 生産拠点からのCO_2排出量：社内基準に基づき、サプライヤーからの請求書をベースとするサイト内での各エネルギー使用量データに、各生産拠点にて一般に入手可能なCO_2排出係数をそれぞれ乗じて算定。
- 従業員の通勤にかかるCO_2排出量：GHGプロトコルスコープ3スタンダードを参考に算定。具体的には、本社の通勤費用申請データをもとに、本社勤務の通勤定期購入者はバス利用、それ以外の者は当社が設定した標準車種による車利用として経済産業省、環境省、国土交通省等により公表された原単位データを利用して、従業員1人当たりの通勤にかかる年間CO_2排出量を算定。これに各拠点の従業員数を乗じて算出している。
- 販売したクルマの使用に伴うCO_2排出量：1台当たり走行距離当たりの平均CO_2排出量（地域別）に廃棄されるまでの推計平均走行距離と2014年度の自動車販売数量を乗じて算出。使用に伴う自動車1台の走行距離当たりの平均CO_2排出量（直接排出のみ）は、日産自動車の世界主要市場（日本・北米・欧州・中国）における平均的な排出量から推計。廃棄されるまでの推計平均走行距離は、国際エネルギー機関提供による「サステナブル・モビリティ・プロジェクト（SMP）モデル」をもとに設定した。
- スコープ3排出量は、固有の不確実性の影響を受ける推計値である。
- 日産自動車の日本国内生産工場における廃棄物発生量：社内基準に基づき、生産拠点からの排出物について、拠点内のトラックスケールまたは処理業者からの報告データをもとに算定。ただし、排出物のうち、自社内での再利用ならびに有価物は含めない。また、不定期に発生する非定常（通常の事業活動に伴って発生しない）の廃棄物、食堂廃棄物、常駐会社ならびに社外業者からの排出物、建設廃棄物は対象外としている。
- 日産自動車の日本国内生産工場における水使用量：社内基準に基づき、生産拠点における取水量をもとに算定。取水量の把握は、取引メーター値もしくは自社測定値による。取水量には、生産拠点で購入されている上水（水道水）および工業用水のほか、地下水、雨水等も含まれる。

GRIインデックス（環境指標のみ）

項目	指標	掲載ページ
G4-EN1	使用原材料の重量または量。	114, 134
G4-EN2	リサイクル由来の使用原材料の割合。	134-135
G4-EN3	組織内のエネルギー消費量。	37,114
G4-EN4	組織外のエネルギー消費量。	121-123
G4-EN5	エネルギー原単位。	36-37, 115
G4-EN6	エネルギー消費量の削減。	37, 114-115
G4-EN7	製品およびサービスのエネルギー所要量の削減。	33, 126-129
G4-EN8	水源別の総取水量。	117
G4-EN9	取水によって著しい影響を受ける水源。	–
G4-EN10	リサイクルおよび再利用した水の総量と比率。	–
G4-EN11	保護地域内あるいはそれに隣接した場所および保護地域外で生物多様性の価値が高い地域に、所有、賃借、または管理している事業サイト。	–
G4-EN12	保護地域および保護地域外で生物多様性の価値が高い地域での生物多様性に対する活動、製品およびサービスの著しい影響の説明。	–
G4-EN13	保護または復元されている生息地。	–
G4-EN14	事業によって影響を受ける地区内の生息地域に生息するICUN（国際自然保護連合）のレッドリスト種（絶滅危惧種）および国の絶滅危惧リストの数。絶滅危険性のレベルごとに分類する。	–
G4-EN15	直接的な温室効果ガスの総排出量（スコープ1）。	116
G4-EN16	間接的な温室効果ガスの総排出量（スコープ2）。	116
G4-EN17	その他間接的な温室効果ガス排出量（スコープ3）。	124
G4-EN18	温室効果ガス排出原単位。	116-117
G4-EN19	温室効果ガス排出量の削減量。	37, 116-117
G4-EN20	オゾン層破壊物質の排出量。	–
G4-EN21	NOx, SOxおよびその他の著しい影響を及ぼす排気物質。	119
G4-EN22	水質および排出先ごとの総排水量。	117
G4-EN23	種類および廃棄方法ごとの廃棄物の総重量。	23, 120-121
G4-EN24	重大な漏出の総件数および漏出量。	125
G4-EN25	バーゼル条約付属文書I、II、IIIおよびVIIIの下で有害とされる廃棄物の輸送、輸入、輸出あるいは処理の重量および国際輸送された廃棄物の割合。	–
G4-EN26	報告組織の排水および流出液により著しい影響を受ける水界の場所およびそれに関連する生息地の規模、保護状況および生物多様性の価値。	–
G4-EN27	製品およびサービスによる環境影響緩和の程度。	26-35, 38-39, 126-135
G4-EN28	再生利用される販売製品およびその梱包材の割合。	38-39, 134-135
G4-EN29	環境法規制への違反に対する相当な罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数。	125
G4-EN30	製品、その他物品および原材料の輸送および従業員の移動からもたらされる著しい環境影響。	37, 121-123
G4-EN31	種類別の環境保護目的の総支出および投資。	124
G4-EN32	環境クライテリアにより選定した新規サプライヤーの比率。	42, 73
G4-EN33	サプライチェーンにおける著しいマイナス環境影響（現実的、潜在的なもの）および行った措置。	42
G4-EN34	環境影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度を通じて申立、対応、解決を行ったものの件数。	–